

**TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI  
FAKULTA TEXTILNÍ**

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

**LIBEREC 2011**

**ŠÁRKA RAMPASOVÁ**



**TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI**  
**FAKULTA TEXTILNÍ**

---



**Studijní program:** B3107 Textil  
**Studijní obor:** 3107R007 Textilní marketing

**NÁVRH BYTOVÝCH TEXTILIÍ JAKO DOPLŇKŮ  
SVĚTELNÝCH OBJEKTŮ FIRMY PRECIOSA –  
LUSTRY, a.s.**

**FURNITURE FABRICS AS A PART OF  
ACCESSORIES FOR PRECIOSA – LUSTRY, INC.  
LIGHTING OBJECTS**

**KHT-787**

**Autor bakalářské práce:** Šárka Rampasová

**Vedoucí bakalářské práce:** Ing. Larisa Ocheretna

**Rozsah práce:**

Počet stran	Počet obrázků	Počet tabulek	Počet fotografií	Počet příloh
44	33	4	0	2

Zadání bakalářské práce

(vložit originál)

## PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracovala jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem v práci neporušila autorská práva (ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb. O právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským).

Souhlasím s umístěním bakalářské práce v Univerzitní knihovně TUL.

Byla jsem seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č.121/2000 Sb. o právu autorském, zejména § 60 (školní dílo).

Beru na vědomí, že TUL má právo na uzavření licenční smlouvy o užití mé bakalářské práce a prohlašuji, že **s o u h l a s í m** s případným užitím mé bakalářské práce (prodej, zapůjčení apod.).

Jsem si vědoma toho, že užít své bakalářské práce či poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem TUL, která má právo ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, vynaložených univerzitou na vytvoření díla (až do jejich skutečné výše).

V Liberci dne 10. května

.....  
Podpis

## **PODĚKOVÁNÍ**

Tímto bych chtěla v první řadě poděkovat paní Ing. Larise Ocheretně za trpělivost, cenné rady a připomínky při vedení mé bakalářské práce.

Poděkování patří i firmě PRECIOSA – LUSTRY, a. s. za možnost zpracování tohoto tématu a v neposlední řadě také mé spolubydlící Bc. Janě Křečkové za odpovědi na mé neustálé dotazy a mé rodině, za morální a materiální podporu během studia na vysoké škole.

## **ANOTACE**

Tato bakalářská práce se zabývá možností zvýšení přitažlivosti prodeje firmy PRECIOSA – LUSTRY, a. s. pomocí bytových textilií jako doplňků světelných objektů tohoto podniku.

Práce popisuje módní trendy bytových textilií a jejich současný stav na českém trhu, představuje firmu PRECIOSA – LUSTRY, a. s., zabývá se problematikou získávání nových zákazníků pro firmu a její konkurenceschopností. Obsahuje designové návrhy interiéru s použitím svítidel firmy, následné kalkulace těchto projektů a konzultaci výsledků s marketingovým oddělením.

### **KLÍČOVÁ SLOVA:**

Bytové textilie, svítidla, interiér, zákazník, konkurence, marketingový průzkum, návrh, kalkulace.

## **ANNOTATION**

This Bachelor thesis goes into the possibility of increasing the sales appeal in PRECIOSA- LUSTRY, Inc. using the furniture fabrics as accessories for the lighting objects produced by this company.

The thesis describes fashion trends of the furniture fabrics and their current situation on the Czech market, it introduces the company PRECIOSA-LUSTRY, Inc., it deals with the issue of acquiring new customers for the firm to increase its competitiveness. It includes interior designs using light fittings of the company, subsequent calculations of the layouts and the final results consultation with the Marketing Department.

### **KEY WORDS:**

Furniture fabric, light fittings, interior, competition, marketing survey, proposal, calculation.

# OBSAH

ÚVOD.....	9
1. BYTOVÉ TEXTILIE .....	10
1.1. Módní trendy bytových textilií.....	10
2. PŘÍSTUP INTERIÉROVÝCH NÁVRHÁŘŮ K PROPOJENÍ BYTOVÝCH TEXTILIÍ S DOPLŇKY .....	13
2.1. Nejběžnější kombinace .....	14
3. SOUČASNÝ STAV ČESKÉHO TRHU BYTOVÝCH TEXTILIÍ.....	18
3.1. Obchodní domy.....	18
3.2. Čeští výrobci a prodejci .....	19
3.2.1. Tradiční čeští výrobci .....	21
3.3. ZHODNOCENÍ NABÍDKY BYTOVÝCH TEXTILIÍ .....	23
4. POPIS FIRMY PRECIOSA - LUSTRY, a.s. ....	25
4.1. Výroba.....	25
4.1.1. Sortiment.....	25
4.1.2. Země vývozu a styly lustrů .....	26
5. MARKETINGOVÝ PRŮZKUM KONKURENCE FIRMY PRECIOSA – LUSTRY, a. s. ....	27
5.1. Stanovení cílů průzkumu a metodika marketingového průzkumu.....	27
5.2. Průzkum konkurence.....	28
5.2.1. Průzkum č. 1 – výroba klasických svítidel .....	29
5.2.2. Průzkum č. 2 – výroba moderních svítidel .....	32
6. ZÍSKÁVÁNÍ NOVÝCH ZÁKAZNÍKŮ PRO FIRMU .....	36
6.1. Nabízený produkt .....	36
6.2. Kde hledat zákazníka .....	38
6.3. Cílová skupina nových zákazníků.....	39
7. NÁVRHY DOPLNĚNÍ SVÍTIDEL BYTOVÝMI TEXTILIEMI.....	40
7.1. Návrh moderní kavárny.....	40
7.1.1. Použité textilie .....	42
7.2. Návrh hotelové haly .....	45
7.2.1. Použité textilie .....	47
8. ORIENTAČNÍ KALKULACE NÁVRHŮ .....	49
8.1. Moderní kavárna .....	49
8.2. Hotelová hala .....	50
9. MARKETINGOVÉ ZHODNOCENÍ PRÁCE .....	51
ZÁVĚR .....	52

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

SEZNAM OBRÁZKŮ A TABULEK

PŘÍLOHY: **Příloha č. 1** - Doplnění tabulky z podkapitoly 3.2 ČEŠTÍ VÝROBCI A  
PRODEJCI

**Příloha č.2** - Yas Hotel nad závodním okruhem F1 v Abu Dhabi, SAE,  
2009



## ÚVOD

Celosvětová ekonomická krize, která se do Evropy dostala v letech 2007–2008 ovlivnila činnost řady českých firem. V médiích jsme se mohli dočíst o propouštění zaměstnanců, poklesu zakázek či o odolávání firem vůči snížení cen jejich zboží a dalších podobných negativních informací.

A proč je řeč právě o krizi? Lidé zajímající se o dění v České republice jistě alespoň zaslechli o tom, že český sklářský průmysl zažil v době krize těžké časy. Ty postihly i firmu, k níž se vztahuje tato bakalářská práce - sklářský podnik PRECIOSA – LUSTRY, a. s. Ta byla vinou krize donucena snížit počet svých zaměstnanců i jejich mzdy, čelila poklesu svých zakázek, jelikož obchodníci z celého světa obávající se krize snížili poptávku po sklářských výrobcích a také konkurenci v podobě menších firem, které své výrobky přirozeně nabízí o něco levněji než tato světově známá firma a tak byly pro zákazníky v tomto směru výhodnější.

Na rozdíl od jiných sklářských podniků PRECIOSA – LUSTRY, a.s. tuto krizi ustála a i nadále pokračuje ve své činnosti. Avšak aby se i v budoucnu řadila mezi přední světové producenty v tomto odvětví, chtěla by zvýšit přitažlivost svého projevu. Právě z tohoto důvodu bylo firmou nabídnuto podílet se na tvorbě návrhu bytových textilií jako doplňků světelných objektů.

Cílem této práce je navodit jistý směr tomuto projektu. Navrhnout jakým způsobem k dané problematice přistoupit, tak aby se firma poskytováním světelných objektů společně s bytovými doplňky stala na trhu zajímavější.

Aby nabízela spolu se svítidly nejmodernější textilie, bude nutné zaměřit se na módní trendy bytových textilií a zmapování současného stavu na českém trhu co se bytových textilií týče. Další část bude zaměřena na seznámení se s firmou PRECIOSA – LUSTRY, a. s., na problematiku získávání zákazníků a na konkurenceschopnost této firmy. Následně bude určena cílová skupina nových zákazníků. Aby si firma uměla představit, jak by vybavení společně se svítidly vypadalo, budou uvedeny návrhy doplnění svítidel bytovými textiliemi a provedena kalkulace těchto návrhů. V závěru budou dosažené výsledky konzultovány s marketingovým oddělením firmy.

## 1. BYTOVÉ TEXTILIE

Interiér bez bytových textilií? Jen těžko takový najdeme, textilie jsou totiž jeho neoddělitelnou součástí. Dotvářejí vzhled místnosti, zútulňují, dodávají pocit bezpečí a jejich velká výhoda je v tom, že díky nim lze „image“ místnosti rychle, jednoduše a hlavně poměrně levně změnit.[1,2]

Dle literatury [3] se bytové textilie rozdělují takto:

- textilní podlahové krytiny, koberce;
- záclony, dekorace oken, rolety a jiné clonění oken;
- dekorační textilie a čalounické potahové textilie;
- ložní a stolní prádlo;
- příkrývky, přehozy, pokrývky a polštáře;
- textilní tapety;
- ostatní bytové textilie (koberečky, předložky, tapisérie apod.).

### 1.1. MÓDNÍ TRENDY BYTOVÝCH TEXTILIÍ

Ačkoliv vývoj bytových textilií probíhal po celá tisíciletí, v literatuře se uvádí, že až v 16.-18. století stoupá úloha bytových textilií jako základních dekorativních prvků interiéru - čím více tím lépe a naopak, že ve století 18.-19. přichází doba střízlivosti a bytové textilie se používají méně. Už v té době se tedy začaly projevovat jisté trendy, avšak z tohoto luxusu se mohly radovat pouze majetné vrstvy obyvatelstva. Dostupné se bytové textilie stali až v 19. století díky rozmachu průmyslové výroby, která ovlivnila způsob zařizování bytů a to z toho důvodu, že se výroba rozšířila a zlevnila, a výrobky se tak staly dostupné pro všechny vrstvy obyvatelstva.

Vývoj bytových textilií byl a je ovlivněn způsobem bydlení – funkčnost a řešení bytu, typu nábytku, podlah, oken. Všechny tyto prvky se dobově mění a s nimi i textilie, které dotváří celkovou kompozici bytu.[3]

Jaké jsou trendy dnešní doby? Někteří bytoví designéři na tuto otázku odpovídají tak, že trendy jsou jen náhradním řešením, lidé se jimi nemusí řídit, stačí jen přemýšlet.

Ano, jistě je důležitější osobitost než to, jestli je byt zařízen podle poslední módy, ale lidé, kteří se rozhodnout změnit interiér se budou řídit tím, co je právě „in“. Pokud nemají vlohy pro přeměnu interiéru, najmou si bytového designéra nebo mnohé věci okoukají z časopisů či televizních pořadů a tyto zdroje stejně uvádějí aktuální, moderní vybavení. Tudíž lidé zavítají do obchodů, kde naleznou právě toto zboží. Z tohoto důvodu jsou trendy dosti důležité, ačkoliv přicházejí a odcházejí.

Styly bytových textilií se samozřejmě nevyvíjí samy. Trendy v podstatě určují návrháři světově uznávaných firem, kteří přijdou s novou kolekcí a to co na trh přinesou je právě „in“. Svoje trendy představují na světově vyhlášených veletrzích, výstavách a podobných akcích. A jelikož je takovýchto firem více a každá má jiné návrháře nelze stanovit jasný trend pro nějaké období, ačkoliv jistá shoda zde existuje.

Příkladem jsou trendy v designu bytového textilu pro rok 2011 uvedené na různých veletrzích či od různých agentur. Ani ty nejsou přirozeně sjednocené, ale v některých bodech se shodují. Trendy jsou s končící krizí založeny na štěstí, pohodě a harmonii, změny k lepšímu jsou tak oslavovány pestrými optimistickými barvami – oranžová, modrá, růžová, žlutá a jejich kombinacemi. Přední příčky mezi módními trendy zaujaly prvky retro stylu a etno módy Hippies. Vzhledem k tomu jsou zářivé barvy doplněny o geometrické a květinové vzory, které by měly být vidět na každém rohu ve všech velikostech a barvách. Vlivem retro stylu se vrací zejména puntíky a proužky, hlavně námořnické, ale i pestrobarevné. Neztratí se ani potisky s industriálními a urbanistickými motivy – architektonické památky, budovy, auta apod. Na paměti také zůstává ekologie a udržitelnost přírodních zdrojů, mnoho produktů je vyrobeno s ohledem na životní prostředí. S tím souvisí to, že převládají přírodní materiály. Trendu přírody dominují béžové, krémové barvy a odstíny zelené. Charakteristické jsou látky s hrubou strukturou.[4,5]

Zmíněné informace patří aktuálním trendům tohoto roku co se barevnosti, motivů a materiálů týče. V bytových textiliích existují i hity, které sice módě podléhají, ale kvůli setrvačnosti se u nich nepočítá s barevnými či vzorovými evolucemi. Typickým příkladem jsou textilní tapety. Tapety existují v ohromném množství barev a vzorů, působí přívětivě a zapuzují pocit chladu. Jejich nespornou výhodou je, že se neodírají, jsou odolné vůči mechanickému poškození a dobře se udržují. Dalším takovýmto módním prvkem jsou japonské posuvné stěny. Ty slouží k zastínění oken či jako způsob

předělení prostoru. Tvoří jí jednotlivé látkové panely elegantního designu, které se posunují po vodící liště. Výhodou japonských stěn je snadná, rychlá montáž a jednoduchá obsluha. Nelze se nezmínit ani o velmi oblíbených římských roletách, které se nenavíjí jako klasické rolety, ale skládají se vzhůru. Pro svoje dekorativní prvky a řadu barevných kombinací dotváří velmi příjemně interiér, snadno se ovládají i udržují.[6–8]

Bytové textilie, které jsou nejčastěji používány (jejich problematika bude dále rozebrána v kapitole 2.1) nejsou jen tyto, ale mnoho jich také není, protože už dávno neplatí „čím více, tím lépe“. Módou není přecpaný interiér, ale spíše jakási střídmost, kdy interiér textilie pouze doladují, ne ho zaplňují. Tomuto nejvíce rozumí interiéroví návrháři, jejichž činnost je tématem následující kapitoly.

## **2. PŘÍSTUP INTERIÉROVÝCH NÁVRHÁŘŮ K PROPOJENÍ BYTOVÝCH TEXTILIÍ S DOPLŇKY**

V současné době jsou interiéroví návrháři velmi módní záležitostí a lidé, kteří si sami netroufají na přeměnu interiéru tak často využívají jejich služeb. Ovšem velice často se stává, že se ztrácí v pojmech interiérový designér, návrhář, architekt, dekorátor a nevědí, koho mají vlastně vyhledat. I v této práci pokud má být uveden přístup interiérových návrhářů je nutné tyto pojmy od sebe nejprve odlišit.

### **a) Interiérový designér a návrhář**

Oba vykonávají v podstatě stejnou práci, jen pojem designér je přejat z anglického jazyka. Jestliže přijdeme za designérem či tedy návrhářem budeme po něm požadovat pomoc s dispozicí bytu, rozmístěním místností. Upraví místnost podle individuálních potřeb, takže je zajištěna funkčnost prostoru. Dále vybírá a navrhuje např. dveře, nábytek, výmalbu, osvětlení.

### **b) Interiérový architekt**

Práce architekta spočívá v řešení exteriérů i interiéru. Výsledkem jeho práce je skica s návrhem interiéru, která určuje styl. Z toho vychází, že se nevěnuje detailnímu návrhu interiéru.

### **c) Interiérový dekorátor**

Dekoratéra si pozveme v případě, že nechceme řešit dispozici bytu či rozmístění místností, ale pouze chceme doladit interiér. Specializuje se totiž na detaily a měl by tak najít ideální doplňky, dekorace, barvy apod. Sladuje a vnáší do interiéru atmosféru.[9]

Z uvedeného vysvětlení vychází, že interiérový návrhář by měl pracovat na propojení bytových textilií s bytovými doplňky. Ve většině případů tomu tak opravdu je, návrháři to uvádějí ve službách, které poskytují. Existují ale i tací, kteří tyto služby neposkytují. Poté je tedy možností přizvat si na pomoc interiérového dekorátéra. Otázkou zůstává, zda-li právě využití interiérového dekorátéra neznamená zvýšení kvality odvedené práce, protože naplní jeho práce je právě zaměření se na doladění interiéru.

Mezi hlavní schopnosti a dovednosti interiérového návrháře co se týče bytových textilií, by měla patřit prostorová představivost, vizuální orientace, cit pro barvy, orientace na detail a znalost materiálů. Na základě těchto dovedností může zvolit nejvhodnější kombinace tak, aby interiér vypadal uceleně a splňoval svoji funkčnost.[10]

## 2.1. NEJBĚŽNĚJŠÍ KOMBINACE

Interiérový designér by měl v prvé řadě interiér zařadit k určitému stylu, než začne interiér kombinovat s bytovými textiliemi. Obecně jich odborníky bylo zvoleno pět:

- **Nová jemnost**

Zde určitě nenajdeme tmavé odstíny (viz Obr. 1). Tento styl je symbolizován naopak naturálními materiály, jemností, lehkostí a přirozeností, tudíž barvy jsou laděny od bleďých do krémových odstínů bez vzorování.

- **Nový romantismus**

Tímto stylem se vracíme k dřívějším praktikám ručních prací. Používají se zde všechny možné barvy a provedení. Nese nostalgickou náladu a efekty obnošenosti. Typické jsou pro něj krajky a výšivky (viz Obr. 1).

- **Nový luxus**

Styl přináší kvalitní materiály jako je hedvábí, kašmír, kožesiny s výbornými vlastnostmi, z nichž důležitá je stálost. Používají se teplé barvy se vzory, nejčastěji květinové a listové motivy.

- **Purismus**

Jedná se o opak nového luxusu, ale neznamena chudobu. Typická je střídmost a elegance (viz Obr. 1). Materiály bývají kovové nebo matné, pogumované, nepromokavé. Tomu se přizpůsobují i barvy, takže zde vyhrávají kovové odstíny.

- **Nový folklór**

Nejedná se zde o pestrobarevný ani veselý styl. Naopak ubírá barevnosti, vzorování, a když už, tak používá jemné květinové vzory a proužky.[1]



**Obr. 1:** Ukázky současných stylů interiéru: *a - Nová jemnost, b - Nový romantismus, c - Nový luxus*[1]

Po zvolení stylu je v první řadě je nutné zvolit vhodně barvy, aby textilie ladili s nábytkem, podlahou a stěnami a to z důvodu propojení barev nebo oživení. Až poté může designér začít kombinovat, k čemuž nejčastěji využívá:

#### **a) Potahy**

Do této skupiny se řadí potahy pro čalounění. Potahové látky mohou být vyrobeny z nejrůznějších materiálů, každý z nich má své výhody a nevýhody například bavlna má příjemný omak, ale menší odolnost v oděru, vlna vyvolává pocit tepla a je pružná, ale snadno se odírá a lehce ji napadnou moli, hedvábí je jemné, příjemné, ale drahé apod. Nejčastěji se tak potahy vyrábějí ze směsových materiálů o různé vazbě a hustotě. Designér by měl vybrat potah, který je na pohled hlavně pevný, odolný a příjemný na dotyk a brát v úvahu označení stupně odolnosti, který udává, pro jaký typ potahů jsou látky vhodné. Může také zvolit potahové látky opatřené oblíbenou úpravou nazvanou apretura, která snižuje mačkavost, elektrostatický náboj nebo nasákavost.

#### **b) Zavěšené textilie**

Závěs či záclona okno nejen zdobí, ale v případě potřeby i zastíňuje místnost. Designér opět musí vzít v úvahu funkci a podle té zvolit materiál, barvu nebo vzor. Chce-li místnost zatemnit, vybere tlustý a tmavý materiál. Pokud mu jde

jen o zabránění pohledů zvenčí, zvolí jemné, barevné závěsy, u nichž však musí vzít v úvahu, že ovlivňují barvu světla v místnosti. Důležitý je i způsob zavěšení. Poutka se dají na tyč vázat, zapínat nebo jen navlékat, podle toho se pak závěsy dají řasit, rozhrnovat nebo upevňovat.[3,11]

**c) Kusové koberce**

V první řadě je potřeba, aby designér zvolil správný rozměr. Koberec musí být přizpůsoben místnosti a hlavně nábytku. S tím souvisí také správný tvar – obdélník čtverec, ovál a výběr dezénu. Musí také rozvážit, zda kobereček bude plnit pouze dekorační funkci nebo má také hrát pod nohama. Kvalita koberce je dána způsobem výroby, materiálem, hustotou tkaní a gramáží. Nej kvalitnější, ale také nejdražší jsou ručně tkané koberce. Pokud designér hledá levnější sortiment, vybere koberce strojní výroby, která je sice levná, ale kvalitní. Koberce jsou vyrobeny např. z polyolefinu nebo polyesteru, ovšem nejlepším materiálem je stále vlna. Určitě by neměl sáhnout po kobercích nejlevnějších, které jsou vyrobeny z čistého polypropylenu, jejichž nevýhodou je horší údržba a drsný povrch.[12]

**d) Japonské stěny**

Často designéři sahají místo záclon a závěsů po elegantních japonských stěnách, které nejen zastíňují okna, ale i přepažují místnosti. I v jejich případě designér volí vhodný materiál. Může vybrat jakýkoliv druh textilu, u kterého určuje barvu, potisk a vhodnou průsvitnost nebo může zvolit stěny z bambusu, rákosu nebo ratanu.[13]

**e) Římské rolety**

Klasické rolety designéři nahrazují římskými, které jsou odlišné a to horizontálními pravidelnými sklady, které vytvářejí zajímavé efekty při roztažení nebo vytažení rolet. Materiál by měl designér zvolit lehčí a vzdušnější v případě, že chce interiéru přinést světlo nebo naopak látky podšíité neprůsvitnými textiliemi v případě, že chce prostor zatemnit. Může vybírat z látek jednobarevných, barevných a samozřejmě vzorovaných.[14]



**f) Textilní tapety**

V lidech je zakořeněna nedůvěra v tapety, ale díky novým materiálům je dnes designéři v interiérech opět používají ve velkém. Designér by měl pomocí tapet navodit pocit útulnosti a přívětivosti. V podstatě se jeho představivosti meze nekladou, může vytvořit netradiční kombinace, a to vše propojit s ladnými i extravagantními vzory v tlumených či zářivých barvách.[15]

**g) Dekorační polštáře, sedací pytle**

Velice oblíbeným prvkem jsou polštáře a sedací pytle. Designéři už polštáře dlouho neumísťují jen na pohovky nebo válendy, ale také je rozhazují do kouta na zem. Můžou volit polštáře různých tvarů, jednobarevné, barevné s motivy, moderními vzory. Jedinou podmínkou je, aby celkově ladili s ostatním zařízením pokoje a nebyli ani příliš měkké a ani příliš tvrdé. Toto platí i u sedacích pytlů, které se hodí v případě, kdy vzniká potřeba občas ležet, občas sedět, někdy polosedět.[16]

**h) Další typické doplňky z textilu**

Mimo tyto hlavní uvedené produkty existují i drobnější, ale přesto výrazné textilní doplňky, které jsou hojně využívány designéry a jsou i v oblíbenosti spotřebitelů, protože některé z nich často slouží jako úložné systémy. Mezi takovéto výrobky patří:

- úložné krabice zdobené textilem;
- textilní koše, košíky;
- vázy omotané přízí apod.

### 3. SOUČASNÝ STAV ČESKÉHO TRHU BYTOVÝCH TEXTILIÍ

Český trh s bytovými textiliemi nabízí nepřeberné množství produktů o různých kvalitách a samozřejmě různých cenách. Z tohoto důvodu dokáže uspokojit potřeby jak náročných, tak i méně náročných spotřebitelů.

Bytové textilie jsou v nabídce velkých, středních či menších obchodních domů a firem, které se zabývají jejich výrobou a prodejem.

#### 3.1. OBCHODNÍ DOMY

Pro Českou republiku je typické, že mimo několika českých firem a jejich obchodních domů (např. BRENO - jeden z největších a nejvýznamnějších tuzemských prodejců podlahových krytin zajišťující prodej a servis na celém území ČR) zde existuje i řada zahraničních firem, které u nás mají otevřené své pobočky a v rámci prodeje sortimentu zařízení domácnosti zahrnující i bytové textilie tvoří top pro tuzemské spotřebitele, zejména co se domácností týče. Mezi takovéto zahraniční firmy patří zejména:

- IKEA – Švédsko;
- JYSK – Dánsko;
- TESCO (My Stores) – Velká Británie;
- XXXLutz – Rakousko.

Tito zahraniční podnikatelé výrobky pro své obchodní domy v případě bytových textilií odebírají v převážné většině od jiných světových firem. Od jakých lze ukázat například u poslední uvedené firmy, rakouské nábytkářské společnosti XXXLutz. Pro ukázkou dodavatelů bytového textilu tohoto obchodního domu bude uvedeno jen několik z mnoha firem:



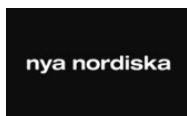
- ložní prádlo (Itálie);



- ložní a stolní prádlo, závěsy, módní látky (Německo);

**JOOP!**

- ložní prádlo, podlahoviny (Německo);



- záclony, dekorační a potahové látky (Německo);



- metrážní textilní zboží (Německo);



- ložní prádlo (Německo).

Je potřeba zmínit také to, že zahraniční výrobci bytových textilií, ať už ti uvedení, ale také mnoho dalších, nespolupracují jen s těmito obchodními domy, ale také s českými interiérovými designérskými studií. Jedná se převážně o studia, která nabízejí služby bytových designérů zároveň i se sortimentem.

Mezi dodavateli kvalitních českých studií prakticky nenajdeme žádného českého dodavatele. Na prvních místech, ať už se to týká ložního a stolního prádla, závěsů, podlahovin, dekoračních a potahových textilií, tapet jsou výrobci hlavně z Německa, Rakouska, Dánska a Holandska.[17]

### 3.2. ČEŠTÍ VÝROBCI A PRODEJCI

V České republice, mimo obchodních domů, které jsou vlastněny zahraničími majiteli a kde se nabízí převážně zboží z ciziny, máme samozřejmě také své vlastní výrobce a prodejce bytového textilu. I přesto, že jak již bylo zmíněno i někteří naši prodejci odebírají zahraniční zboží, se řadí mezi prodejce české.

Přehled firem, které jsou u nás větší, známější je uveden v následující tabulce č. 1, kde jsou zachyceny všechny kraje, které jsou zastoupeny podniky zabývajícími se ať už výrobou nebo prodejem a také zboží, které podniky nabízejí. Pokračování tabulky, kde jsou uvedeny další firmy, které se drží za těmi většími, známějšími je uveden v příloze č. 1.

V tabulce najdeme prakticky všechny možné subjekty – tradiční, velké a úspěšné výrobce České republiky vyvážející i do zahraničí, výrobce, kteří mají své jméno na

českém trhu a také známá designová studia. Na našem trhu najdeme samozřejmě více výrobců bytového textilu, než bude uvedeno, ale jedná se převážně o malé soukromé firmy, které nejsou tak známé, a proto o nich v tomto případě nebude zmínka.

**Tab. 1:** Čeští výrobci a prodejci bytových textilií[18]

Kraj	Firma	Ložní prádlo	Stolní prádlo	Záclony, Závěsy	Dek. a pot. látky	Římské rolety	Japonské stěny	Textilní tapety	Podlahoviny	Činnost: výrobce (V) prodejce (P)
Jihočeský	Písecké lůžkoviny	•								V, P
	Kolovrat, ČM, spol. s r.o.			•				•		V, P
	Studio Interier CZ, s.r.o.	•		•		•	•			V, P
Jihomoravský	Dadka Vracov, s. r. o.	•								V
	Tena Tex Trade, s. r. o.				•					V, P
	top styl interiér, s. r. o.			•		•		•		V, P
	INKU International, s. r. o.	•		•		•	•	•	•	P
	ASTRA TRADE, s. r. o.	•								P
Královehradecký	VEBA, textilní závody, a. s.	•	•							V
	Bonatex.cz	•								P
	TK INTERIER			•		•	•		•	V, P
	Batis – Verdek, spol. s r. o.	•								V
Liberecký	Matějovský	•								V
	Seba T, a. s.	•								V
Moravskoslezský	Zuzi	•	•	•		•	•			P
	DANTE.CZ, s. r. o.	•	•	•						P
	PETROŠ - INTERIÉR			•		•	•		•	P
	Eurofirany	•	•	•		•	•			P
	TRAST	•								V

Kraj	Výrobce	Ložní prádlo	Stolní prádlo	Záclony, Závěsy	Dek. a pot. látky	Římské rolety	Japonské stěny	Textilní tapety	Podlahoviny	Činnost: výrobce (V) prodeje (P)
Olomoucký	REGA Interier			•		•	•	•		P
	PERŠAN s. r. o.			•					•	P
Pardubický	Vesna, a. s.	•	•	•					•	P
	Povlečení Tex-Art.cz	•								P
Plzeňský	Apextextil, s. .r. o.	•								V, P
	Linie design studio, s. r. o.			•		•	•	•	•	P
Praha	Studio JKt, s. r. o.			•		•	•			P
	Pillow Heaven				•					P
	Silex spol. s r. o.	•	•							P
	VENUS PLUS, s. r. o.			•	•		•			V, P
	Dakros spol. s r. o.			•	•		•			P
	Styltex design, spol. s r. o.	•	•	•		•	•	•	•	P
Středočeský	B.E.S. – Petrovice, s. r. o.	•								V
	LAMIA - KOBERCE								•	P
Vysočina	HABITAT, a. s.	•		•				•	•	P
	Arcáde Color, s. r. o.	•	•							V, P

### 3.2.1. TRADIČNÍ ČEŠTÍ VÝROBCI

Aby nebyly neustále zmiňovány jen kvality zahraničních dodavatelů, budou v návaznosti na tabulku č. 1 uvedeni někteří tradiční čeští výrobci bytových textilií, kteří samozřejmě svými výrobky zásobují český trh, ale také naopak vyváží své výrobky do jiných zemí světa a tam s nimi slaví úspěchy.

#### VEBA, textilní závody, a. s. (Broumov)

Tradiční český výrobce bavlněných žakárských tkanin, který patří k leaderům českého textilního průmyslu a ve svém oboru mezi nejvýznamnější výrobce v Evropě.

VEBA se zaměřuje na produkci oděvního a domáckenského sortimentu. Velká většina výrobků (90 %) se vyváží do Evropy a především do Afriky, pro kterou VEBA vyvinula textilií se speciálními úpravami, z nejjemnějších česaných přízí z egyptských bavln nazývanou africký brokát.

Z bytového textilu se VEBA věnuje výrobě ložního a stolního prádla.[19]

#### **Seba T, a. s. (Tanvald)**

Seba se řadí mezi nejvýznamnější výrobce textilních tkanin v České republice, jejíž tradice spadá až do 19. století.

Produkty firmy jsou nabízeny jak na domácím, tak i zahraničním trhu (50 %), kde hlavními odběrateli jsou země Evropy a Afriky.

Do výrobního programu firmy z bytového textilu spadá ložní prádlo, které je vyráběno pouze z kvalitních materiálů s těmi nejlepšími užitnými vlastnostmi.[20]

#### **TRAST (Frýdek Místek)**

Česká firma zabývající se výrobou a obchodováním s bytovými textiliemi od roku 1994.

Svémi produkty zásobuje především velkoobchody v tuzemsku a na Slovensku. Ke svému prodeji využívá také několik internetových obchodů.

Jejich hlavní výrobní náplní z bytového textilu je ložní prádlo.[21]

#### **Matějovský (Semily)**

Významný výrobce a dodavatel kvalitního ložního povlečení v Česku, který se výrobou bytových textilií zabývá od roku 1990.

Firma své zboží prodává v tuzemsku, po celé Evropě a v mnoha zemích celého světa.

V sortimentu firmy nalezneme velký výběr ložního prádla.[22]

#### **B.E.S. – Petrovice, s. r. o. (Petrovice)**

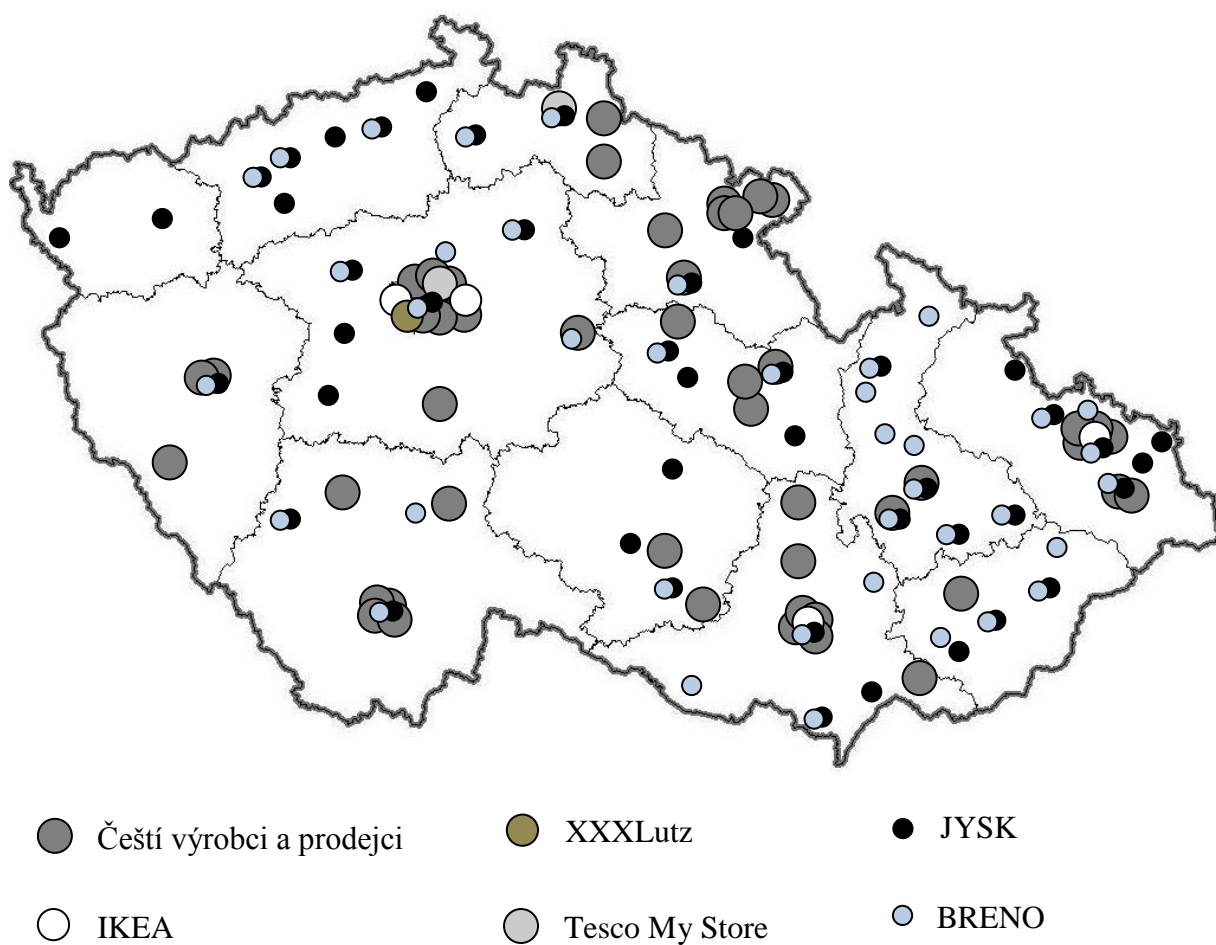
Společnost je tradičním českým výrobcem bytového textilu. Její výraznou předností je mimo vysoké kvality i nízká reáie, tudíž jsou výrobky cenově dostupné.

Produkty jsou určeny široké škále zákazníků od domácností přes velkoobchody až po obchodní řetězce.

Z bytového textilu se firma věnuje výrobě ložního prádla, což je i její hlavní výrobní program.[23]

### 3.3. ZHODNOCENÍ NABÍDKY BYTOVÝCH TEXTILIÍ

Pro úplné konečné zmapování nabídky bytových textilií na základě výše uvedeného textu a tabulky poslouží následující mapa České republiky na Obr. 2, rozdělená do jednotlivých krajů, kde jsou označeni čeští výrobci a prodejci včetně obchodních domů nabízejících bytové textilie.

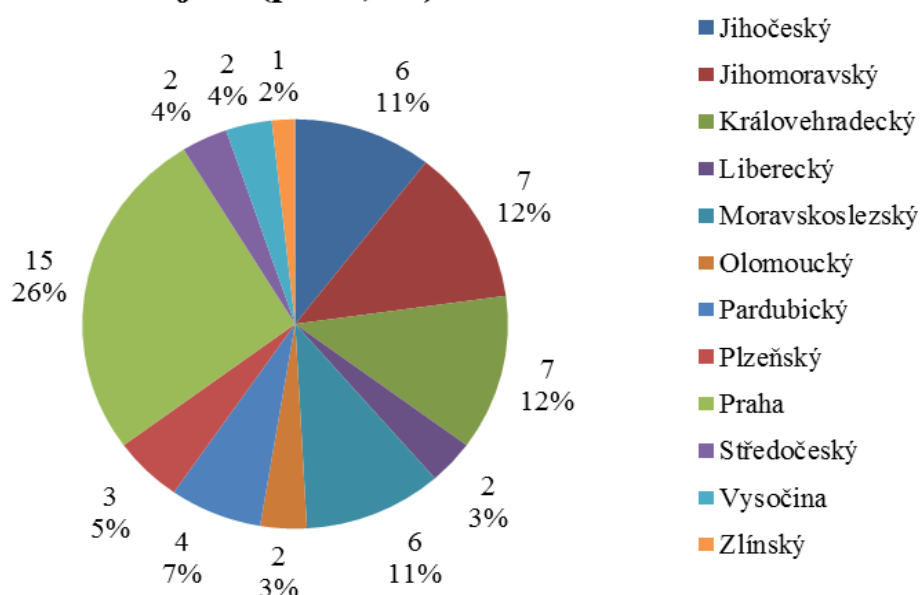


**Obr. 2:** Nabídka bytových textilií v České republice

Pohledem na mapu lze zjistit, že největší koncentrace firem a obchodů je v Praze, v Jihomoravském a Moravskoslezském kraji. Praha je zastoupena celkem jednatřiceti subjekty nabízejícími bytové textilie, Jihomoravský kraj dvaceti a Moravskoslezský kraj osmnácti subjekty.

Firma PRECIOSA – LUSTRY, a. s. by však v případě, že by kombinovala svá svítidla s interiérovými doplňky, samozřejmě nehledala tyto výrobky v obchodních domech, které se zaměřují převážně na vybavování domácností, ale pohlížela by se po některém z českých výrobců a prodejců. Následující graf na Obr. 3, proto ukazuje jaký podíl firem v krajích vlastně je.

### Podíl firem v krajích (počet, %)



**Obr. 3:** Podíl firem s bytovými textiliemi v krajích České republiky

Z grafu můžeme vyčíst, že PRECIOSA – LUSTRY, a. s. by se při hledání vhodných firem měla nejprve zaměřit na kraje s největším zastoupením podniků a to je Praha s patnácti známějšími firmami, za níž se drží kraj Jihomoravský a Královehradecký se sedmi firmami, případně kraj Jihočeský a Moravskoslezský se šesti. Naopak absolutně bez jakéhokoliv zastoupení, protože nemají na svém území ani jednu z významnějších firem jsou kraje Karlovarský a Ústecký, které tak v grafu úplně chybí.

Český trh má firmě co nabídnout, jak se k tomu PRECIOSA – LUSTRY, a. s. postaví je jen na ní. Hlavní roli zde určitě bude hrát hlavně logistika a marketing.



## 4. POPIS FIRMY PRECIOSA - LUSTRY, a.s.

Podnik PRECIOSA – LUSTRY, a. s. (logo společnosti viz Obr. 4), je součástí skupiny českého výrobce křišťálové skla Preciosa (odvozeno z latinského slova *preciosus* = výjimečný, vznešený) v jejímž rámci působí s následujícími firmami:

**Preciosa, a.s.** (křišťálové komponenty, šperkové kameny, lustrové ověsy);

**Preciosa Figurky, s.r.o.** (bižuterie, broušené figurky, doplňky a dárky z křišťálu);

**Preciosa Ornela, a.s.** (skleněné perly, perličky, dekorativní a technické sklo).



*Obr. 4: Logo firmy PRECIOSA – LUSTRY, a. s.[24]*

PRECIOSA – LUSTRY, a.s. sídlící v Kamenickém Šenově v severních Čechách, byla k Preciose připojena v roce 1993 jako společnost Lustry Kamenický Šenov a.s., jejíž výroba se datuje od roku 1742 a se svojí dlouholetou tradicí patřila a stále patří mezi největší světové výrobce klasických a moderních lustrů, které osvětlují interiéry v mnoha zemích světa.

### 4.1. VÝROBA

Výroba lustrů je tak náročná, že se na ní ve firmě podílí stovky zaměstnanců a více než dvacet různých řemeslných postupů a profesí jako je broušení, vybrušování, listrování, malování, pískování, vyvrtávání prizmových otvorů, modelování odlitků, zpracování v pasírně, cizelování, žíhání, moření, leštění, patinování, montáž a další práce. U těch postupů se používají vysoce kvalitní materiály jako mosaz, bronz a drahé kovy včetně 24 karátové zlata.

#### 4.1.1. Sortiment

Hotové výrobky se od sebe typem výroby liší, protože na každý z nich jsou použity jiné řemeslné postupy. Lustry mohou být vyrobeny z hladkého skla, klasického českého

křišťálu, kovových ramen, která jsou obložena skleněnými lištami a ozdobená křišťálovými rozetami, foukaného skla, odlitků apod. Tyto lustry jsou poté určeny k prodeji, které PRECIOSA – LUSTRY, a.s. nabízí ve formě:

- a) bytových svítidel
  - lustry, nástěnná svítidla, stolní a stojací lampy, světelné objekty a skulptury;
- b) světelných projektů (na míru a na klíč)
  - svítidla a světelné objekty určené pro hotely, divadla, koncertní sály, soukromé rezidence a další speciální interiéry.

#### **4.1.2. Země vývozu a styly lustrů**

PRECIOSA – LUSTRY, a.s. vyváží své produkty do všech koutů světa – velké zakázky této firmy, tedy zakázky na míru a na klíč putovaly v minulosti hlavně do těchto zemí: *Čína, Spojené arabské emiráty, Jihoafrická republika, Rusko, Indie, Řecko, USA, Indonésie.*

Každá země má svou kulturu a typické architektonické rysy a od toho se v případě, že chce zákazník vybavit interiér budovy typické pro danou zemi, odvíjí i styly lustrů, které si zákazníci přejí – viz Indie, Irák apod. Ačkoliv v dnešní době i tyto země staví ty nejmodernější stavby, ať už to jsou hotely či soukromé rezidence a modernosti stavby chtějí zákazníci přirozeně přizpůsobit i interiér spojený s osvětlením. Poté už tedy závisí více na druhu stavby či interiéru než zemi vývozu.

Příklad jednoho z velkých projektů firmy PRECIOSA – LUSTRY, a.s. je k vidění v Příloze č. 2.[24]

## **5. MARKETINGOVÝ PRŮZKUM KONKURENCE FIRMY PRECIOSA – LUSTRY, a. s.**

PRECIOSA – LUSTRY, a. s. je jeden z největších světových výrobců klasických a moderních lustrů, přesto na trhu jak českém tak i zahraničním působí s firmami, které se zabývají stejnou činností a můžou pro tuto firmu znamenat hrozbu. Kdo jsou tito konkurenti? Odpověď nejen na tuto otázku přináší následující marketingový průzkum.

### **5.1. STANOVENÍ CÍLŮ PRŮZKUMU A METODIKA MARKETINGOVÉHO PRŮZKUMU**

Cílem průzkumu je odpovědět na následující otázky:

- Kdo jsou konkurenti PRECIOSY na českém trhu v oblasti klasických a moderních svítidel?
- Kdo z nich je největším konkurentem?
- Jaké má postavení na trhu?
- Jaké jsou jeho silné stránky?
- Jaké jsou rozdíly mezi ním a PRECIOSOU?
- Jaká je jeho konkurenční nabídka?

Metodika průzkumu je v tomto případě jiná, než když jsou v průzkumu zahrnuti respondenti a informace o nich získáváme různými způsoby. Pro průzkum konkurence jsou použity externí zdroje sekundárních dat. Mezi tyto zdroje patří veřejně publikované informační materiály, které jsou volně dostupné. Data jsou shromažďována různými institucemi k nejrozličnějším účelům, což svědčí o rozmanitosti dat i jejich zdrojů. Dále jsou použity také interní zdroje sekundárních dat. Což jsou informace, které se nacházejí v podniku.

Tento průzkum je příležitostný, uskutečněný jen za účelem získání informací o konkurentech PRECIOSA – LUSTRY, a. s.[25]

## 5.2. PRŮZKUM KONKURENCE

PRECIOSA – LUSTRY, a. s. má jako světový výrobce svá TOP neboli přednosti, které tuto firmu staví do pozice, na které se na trhu nachází. Jedná se o:

- **DLOUHOLETOU TRADICI**

Firma prošla dlouholetým vývojem, na trhu působí od roku 1742, což jí umožňuje harmonicky propojovat staleté sklářské tradice s moderními technologiemi.

- **KOMPLETNÍ VÝROBU**

Díky mnoha řemeslným postupům a profesím je firma schopná vyrobit celé svítidlo sama bez jakýchkoliv nakupovaných polotovarů. Jen v několika případech, kdy jde opravdu o zakázku se speciálními prvky, jako jsou např. textilní stínítka apod., si firma nechá tyto doplňky vyrobit u jiné firmy.

- **ŠIROKÝ VÝBĚR SORTIMENTU**

Firma nabízí lustry, nástěnná svítidla, stolní a stojací lampy, světelné objekty a sošky a každý z těchto produktů může být zhotoven různým typem výroby. Z hladkého skla, klasického českého křišťálu, kovových ramen, která jsou obložena skleněnými lištami a ozdobena křišťálovými rozetami, foukaného skla, odlitků apod. To, že má firma takový široký sortiment se neprojevuje na kvalitě produktů, ta zůstává stále vysoká. V podstatě se dá říct, že se firma zvláště specializuje na jednotlivé typy výrobků a nabízí všechny.

- **ZAHRANIČNÍ A DOMÁCÍ PRODEJ**

Firma je světového charakteru, tudíž jsou její produkty odebírány jak na tuzemském, tak i evropském a hlavně světovém trhu.

- **VYBAVOVACÍ AKCE**

Komplexní realizace osvětlení od návrhů, výroby, kontrolu zákazníka až po dovoz a instalaci.

- **REFERENCE**

Firma vybavila svými svítidly mnoho divadel, operních domů, hotelů, paláců a státních budov. Množství projektů a jejich rozsah za celou existenci firmy je obrovský.

- POČET ZAMĚSTNANCŮ

Na výrobě a chodu firmy se podílí zhruba 500 zaměstnanců.[24]

Tyto uvedené body byly velmi nápomocny při provádění následujícího průzkumu konkurenceschopnosti firmy PRECIOSA – LUSTRY, a. s., protože právě na jejich základě byly konkurující firmy s PRECIOSOU porovnávány.

### 5.2.1. PRŮZKUM č. 1 – výroba klasických svítidel

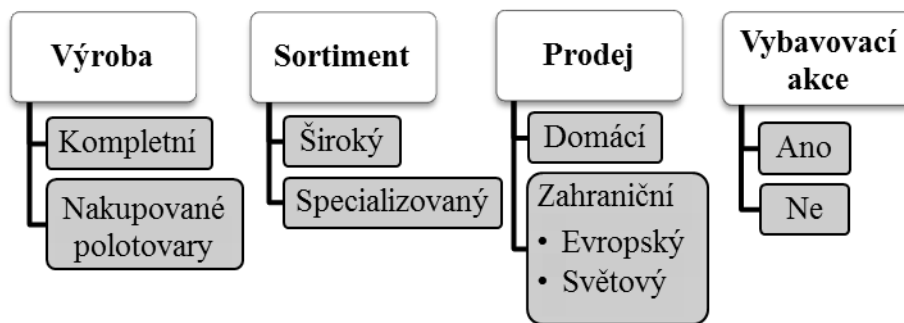
V průzkumu konkurujících českých firem, zabývajících se výrobou klasických svítidel, jehož ukázkou lze vidět na Obr. 5, se hodnotily:

- výroba;
- sortiment;
- prodej;
- vybavovací akce (viz Obr. 6).

Tradice a počet zaměstnanců v případě hodnocení firem nehrají velkou roli a nemají vypovídající hodnotu, proto nebyly zařazeny. Reference chybí z toho důvodu, že u některých firem nebyly zjištěny.



***Obr. 5:** Ukázka klasického svítidla[24]*



**Obr. 6:** Body, na základě kterých byly hodnoceny konkurující firmy

U výroby se posuzovalo, zda je kompletní, tzn., že celý výrobní proces spadá pod uvedenou firmu nebo naopak jestli je výroba spíše určena úpravou nakoupených polotovarů. U sortimentu se zkoumalo, zda je široký, tzn. zastoupený mnoha produkty různých stylů, typů výroby a povrchových úprav nebo specializovaný, což znamená menší množství produktů vyrobených jen určitými typy výroby. Prodej byl hodnocen jako domácí a zahraniční. Domácí označuje prodej jen v tuzemsku, zahraniční pak prodej v Evropě nebo ve světě. U vybavovacích akcí je to jasné, u nich se posuzovalo, zda je podnik provádí nebo neprovádí.

Konkurujících firem v oblasti výroby klasických lustrů v České republice bylo vybráno 13 a to:

**Artglass s. r. o.**

**Titania Lux, s. r. o.**

**ELITE BOHEMIA**

**Josef Wranovský**

**PROUSEK – Exklusive Lighting, s. r. o.**

**K – LIGHTS, s. r. o.**

**LUCKY GLASS s. r. o.**

**BCL, Brilliant Crystal + Lighting spol s. r. o.**

**TOMIA GLASS CZ, spol. s r. o.**

**JAWICH LIGHTING s. r. o.**

**WARIANT, spol. s r. o.**

**DBK Glass, s. r. o.**

### **MBF – lustry, s. r. o.[26]**

Po provedení tohoto hodnocení vyšlo najevo, že v České republice jsou na vyšší úrovni mezi firmami zabývající se výrobou klasických lustrů zhruba tři podniky a to první uvedené Artglass s. r. o., Titania Lux, s. r. o. a firma ELITE BOHEMIA. Pozornost bude proto věnována právě jim.

#### Výroba

Část výroby je v činnosti firmem, některé komponenty jsou nakupované a podniky tak kooperují s jinými. Jedná se např. o skleněné ověsy.

#### Sortiment

Je poměrně široký, svítidla jsou vyráběna standartní, nestandardní i atypická. Firmy nabízejí jejich různé typy – křišťálové, odlitkové, smaltové, listrové i svítidla z přejímaného skla.

#### Prodej

Společnosti prodávají v tuzemsku i v zahraničí a to převážně v Evropě. Jen firma Artglass s. r. o. uvádí několik projektů, které směřovaly směr Asie, Austrálie či Amerika.

#### Vybavovací akce

Firmy vybavují objekty, ale jedná se o akce menšího charakteru, kdy se převážně dodávají svítidla menších rozměrů a většinou více stejných do jedné místnosti.

Co se týče sortimentu, podniky poskytují různá klasická svítidla podobně jako PRECIOSA a ačkoliv by se u těchto firem dal z uvedených bodů vyzvednout právě sortiment, tak ale není v takovém rozsahu jako ten PRECIOSY. S výrobou, prodejem a vybavovacími akcemi je to podobné. Určitě zde hraje roli také to, že podniky jsou mladší, jejich založení se datuje mezi roky 1993 – 2004 a ještě nenašli správnou cestu k tomu, aby prorazili. Kdežto PRECIOSA si za dobu svého fungování rozšířila výrobu, sortiment a prodej na takovou úroveň, že tyto podniky jí mohou jen těžko dohánět. Jak již bylo zmíněno, PRECIOSA nenabízí jen klasická svítidla, ale i ty moderní, tudíž může svým zákazníkům více nabídnout a stává se přitažlivější. Proto tyto firmy, ačkoliv jsou řazeny mezi konkurenty, tuto firmu ohrozit nemohou. Jejich jedinou výhodou jsou nižší ceny, ale pořád jsou jejich výrobky klasika a zase klasika.

Krom těchto firem byly jmenovány i další podniky, ale jelikož jako kvalitnější byly jmenovány pouze tři a to ještě s tím, že PRECIOSU ohrozit nemohou, ostatní už jsou v podstatě jmenovány jen jako firmy, které se zabývají touto činností.

Závěrem lze říct, že konkurenceschopnost PRECIOSY – LUSTRY, a. s. ve výrobě klasických lustrů je velmi vysoká. V České republice v tomto směru působí firmy menší, které PRECIOSU neohrožují.[26–29]

### **5.2.2. PRŮZKUM č. 2 – výroba moderních svítidel**

Pro průzkum č. 2 byly použity podklady získané na největším mezinárodním specializovaném veletrhu architektury a techniky Light+Building 2010, který se každoročně koná ve Frankfurtu nad Mohanem. Na tomto veletrhu se vystavují poslední novinky z oblasti osvětlení (ukázku moderního svítidla lze vidět na Obr. 7).



***Obr. 7:** Ukázka moderního svítidla[24]*

Firmy, které se veletrhu zúčastňují, dominují světovému trhu. Proto tyto materiály dobře poslouží ke zmapování konkurence v oblasti moderních svítidel, co se zúčastněných českých firem týče. A těmi mimo výše uvedených v průzkumu konkurence klasických lustrů byli:

**SANS SOUCI, s. r. o.**

**LASVIT s. r. o.**

**ATEH, spol. s r. o.**



**OSMONT, s. r. o.**

**MODUS, spol. s r. o.**

**INGE OPAVA, spol. s r. o.**

**TREVOS, a. s.**

**LUCIS, s. r. o.[31]**

Všechny kromě firmy LASVIT s. r. o. můžeme ihned vyloučit, protože se specializují na jiné typy svítidel než na ty, které jsou předmětem této práce. Společnost SANS SOUCI, s. r. o. se sice svítidlům, které vyrábí také PRECIOSA, věnuje, ale svojí výrobu dělí ještě do dalších hlavních linií jako je výroba skleněných mozaik, skleněných obkladových materiálů a tvorba skleněných bytových doplňků. Z tohoto důvodu, ačkoliv svítidla firma nabízí kvalitní a designově propracovaná, ji nelze přesně porovnat s PRECIOSOU.[30]

#### **LASVIT s. r. o.**

Nadnárodní dynamická firma založená v roce 2007, která zaznamenala nevídaně rychlý vzestup a nyní je z ní přední výrobce luxusních světelných objektů ověřený mnoha oceněními. Třemi základními pilíři filosofie LASVITU jsou světlo, design a zážitek. Světelné instalace jsou povětšinou navrženy tak, aby vyprávěly příběh. Všechno potvrzuje i název společnosti, který se skládá ze slov láska a svět.

Zásadním počinem této firmy bylo dubajské metro (viz Obr. 8), které je světovým unikátem, protože se jedná o nejdelší dopravní systém světa fungující bez řidiče. Hlavním tématem byla oheň a voda.



***Obr. 8: Dubajské metro - projekt LASVITU[32]***

Projekty LASVITU však lze nalézt po celém světě a to v evropských metropolích jako jsou Londýn, Paříž, Praha či v metropolích asijských - Hong Kong, Singapur nebo Dubaj. Tam svítidla zdobí např. divadla, kasina, reprezentační prostory luxusních hotelů i firem, privátní paláce a rezidence.

Pobočky LASVITU nenajdeme jen v České republice, ale také v Hong Kongu (tam má pobočku i PRECIOSA), Šanghaji, Dubaji, Singapur a v Los Angeles.

Není tedy potřeba se dlouze zamýšlet nad tím, kdo je největším konkurentem firmy PRECIOSA – LUSTRY, a. s., protože po výše uvedených informacích je to zcela jasné.[32,33]

#### Postavení LASVITU na trhu

Jak již bylo zmíněno PRECIOSA a LASVIT jsou nejúspěšnějšími a největšími výrobci moderních svítidel v České republice a ve světě se mezi nejúspěšnější a největší výrobce řadí. Dalo by se říci, že díky tomu, jak rychle si LASVIT získal svoje renomé, jsou s PRECIOSOU zhruba ve stejném postavení.

#### Silné stránky LASVITU

- čeští designéři, kteří vystudovali na nejlepších uměleckých školách v Česku (VŠUP) i ve světě;
- zahraniční hvězdy světového designu;
- způsob práce designérů se sklem;
- využívání příležitostí (např. trofeje na špičkových sportovních událostech);
- vybírání si projektů, které se dají využít i marketingově (např. metro v Dubaji);
- moderní přístup (např. plánování přesunu ředitelství do nové moderní budovy, na níž se uplatní sklo a design);
- odvaha (např. přesvědčení velkého zákazníka o tom, co je lepší, ačkoliv podal jiný návrh).

#### Rozdíl mezi firmami LASVIT a PRECIOSA

- přístup designérů;
- spojení skla se světlem (sklo světlo skrývá v sobě, násobí, odráží, láme i rozkládá na barvy duhy);
- cena.

### Konkurenční nabídka LASVITU

Jak je uvedeno výše, produkty obou firem se designově liší vzhledem k tomu, že každá firma na návrzích pracuje jiným způsobem. Jediné co je stejné, je, že se udržuje jistý podobný styl, kterému vévodí modernost a velikost. Je tedy na zákaznících k jakým návrhům mají blíže. Ovšem velkou výhodou LASVITU je, že krom návrhů u této firmy bude pro oko zákazníka přitažlivější i cena, kterou firma nabízí, v čemž hlavně konkuruje PRECIOSE.[33]

## **6. ZÍSKÁVÁNÍ NOVÝCH ZÁKAZNÍKŮ PRO FIRMU**

Jedno přání je ve všech firmách stejné a to a získat nové zákazníky. Noví zákazníci totiž přinášejí čerstvé objednávky, zvyšují obrat a přinášejí zvýšený zisk. Potíž je ale v tom, že je nutné zákazníky nejprve najít, poté je neotřele oslovit a hlavně je přesvědčit, aby nakupovali právě u nás. Ovšem stejně jejich úplné spokojenosti nelze dosáhnout. Někteří preferují nejvyšší kvalitu, jiní nejnižší cenu, další nejširší sortiment a pro někoho může být rozhodující i rychlost dodání.

Vzhledem k tomu, že tato práce pojednává o zvýšení přitažlivosti prodeje PRECIOSY pomocí bytových textilií, mělo by být nejprve specifikováno, co vlastně bude zákazníkům nabídnuto, jaký produkt a poté uvedeno, kde vlastně nového zákazníka hledat.

### **6.1. NABÍZENÝ PRODUKT**

V prvé řadě by mělo být zmíněno, že jde o to, aby nabídka vypadala na první pohled jinak než ostatní, aby obsahovala vyjádření konkrétního a hmatatelného přínosu pro zákazníka a vedla ho k rychlému rozhodnutí. Tyto body by nabídnutí moderního svítidla společně s bytovými textiliemi splnit mělo, jelikož přináší zákazníkovi určité výhody, které budou zmíněny později. Nejprve bude ukázáno (viz Obr. 9), jak by vypadal proces nákupu až po zakončení v případě, že by měl zákazník zájem o svítidla doplněná bytovými textiliemi.[34]



**Obr. 9:** Proces při koupi svítidla doplněného bytovými textiliemi

Na začátku je potřeba zmínit, že zákazník za služby interiérového dekorátéra neplatí a právě kvůli tomu by měl být prodej pro oko zákazníka přitažlivější, protože zaplatí jen za bytové textilie, které budou použity.

Jak je patrné z předloženého schématu, zákazník se v podstatě nemusí o nic starat. Návrh bytových textilií může nechat celý na dekorátorovi a poté jej schválit či dodat nějaké připomínky a požádat o předělání, nebo aby se vyhnul této situaci, své přání sdělit ještě před tím, než dekorátor začne pracovat. Toto je jedna z výhod poskytnutí této služby, ale jsou tu i další, které nejsou zanedbatelné:

- a) v případě, že má zákazník v plánu navrhnout si bytové textilie v interiéru sám
  - odpadá mu řešení jaké textilie zvolit, v jakých barvách, technickém provedení a také práce na celkovém sladění bytu;

- může se spoléhat na to, že interiérový dekoratér je specialista, který zváží jaké textilie do interiéru použít, tak aby byli funkční, aby se do něj hodili a vnesli do něj atmosféru;
  - ušetří finance a čas vynaložený na shánění bytových textilií.
- b) v případě, že má zákazník v plánu pozvat si jiného interiérového dekoratéra;
- ušetří finance vynaložené za poskytnutí jeho služeb.

Obchodníci by měli zvolit při nabízení této služby takovou strategii, aby si zákazník z nabídky odnesl hlavně to, že může ušetřit jak finance, tak i čas a navíc se o jejich interiéru postará odborník. Tyto tři výhody a hlavně finance by na zákazníka mohly dostatečně zapůsobit.

## **6.2. KDE HLEDAT NOVÉHO ZÁKAZNÍKA**

Zákazník by se měl hledat nový, ale nesmí se zapomenout ani na zákazníky bývalé či stálé, kterým by služba měla být také představena, protože i oni by o ní mohli mít zájem. Znají kvality firmy, co se svítidel týče a pokud byli s produkty spokojeni, jistě si nabídku vyslechnou. Není to ztracený čas, ať už zájem projeví nebo neprojeví.

V případě hledání nového zákazníka je situace složitější. Nová služba se musí lidem dostat do podvědomí. Toho můžeme docílit několika způsoby:

### **a) VELETRH**

PRECIOSA – LUSTRY, a. s. se běžně účastní několika veletrhů ročně. Na dalším takovém by mohla přichystat jeden ze stánků, který by se zabýval právě nabídnutím nově poskytované služby. A jelikož by tato služba mohla zajímat i osoby, které se běžně takovýchto komerčních akcí neúčastní, bylo by dobré vyhlásit předem tuto novinku z dílny PRECIOSY, tak aby to oslovilo více osob.

### **b) KATALOG**

Běžně jsou taky rozesílané katalogy firmy s nabídkou, novinkami. Jistě by bylo na místě tuto novinku do katalogu zařadit.

### **c) SLEDOVÁNÍ SITUACE**

Tím je myšleno, že obchodníci musí mít zmapované co se kde v tuzemsku či po světě staví či kdo má v plánu něco budovat a pokud se jim dostane informace o něčem novém, je jen ku prospěchu firmy kontaktovat majitele a předvést jim

svojí nabídku nebo je pozvat na výše zmíněný veletrh či jim zaslat katalog s aktuální nabídkou.

Tato práce už je v rukou obchodníků, ale produkt by však měl mít za hlavní úkol oslovit nejen majitele velkých projektů, ale také majitele těch menších. Právě u nich je velmi důležité, aby se jim do rukou dostali ať už pozvánky na veletrhy nebo katalogy. Kdo je tedy zamýšlen jako cílová skupina nových zákazníků pro tento projekt?

### **6.3. CÍLOVÁ SKUPINA NOVÝCH ZÁKAZNÍKŮ**

Cílovou skupinou by měly být subjekty nacházející se hlavně v České republice a jsou jimi myšleny:

- restaurace;
- kasina;
- veřejná a soukromá zařízení: salóny;  
hotely;  
divadla;  
knihovny;  
rezidence.

Ceny svítidel se pohybují na hranici několika set tisíc korun, proto se předpokládá, že se bude jednat o větší subjekty, výjimkou však nemusí být ani domácnosti. Nemusí se také samozřejmě jednat jen o nově vznikající subjekty. Někteří majitelé stávajících objektů mohou být také přístupní renovaci.

## 7. NÁVRHY DOPLNĚNÍ SVÍTIDEL BYTOVÝMI TEXTILIEMI

Na následujících stránkách jsou zobrazeny dva návrhy interiéru se svítidlem PRECIOSY ve spojení s bytovými textiliemi. Návrh moderní kavárny a hotelové haly. Návrhy jsou kreslené ručně a pomocí jednoduchého programu v počítači, proto se jedná o opravdu hrubé nákresy. Obsahují pouze svítidlo a bytové textilie směřované k současným módním trendům. Ostatním doplňkům, které v interiéru můžeme nalézt, nebyla věnována z důvodu tématu práce pozornost.

### 7.1. NÁVRH MODERNÍ KAVÁRNY

Následující návrh (viz Obr. 11) zobrazuje kavárnu se svítidlem AURORA (viz Obr. 10) a bytovými textiliemi, kterými jsou:

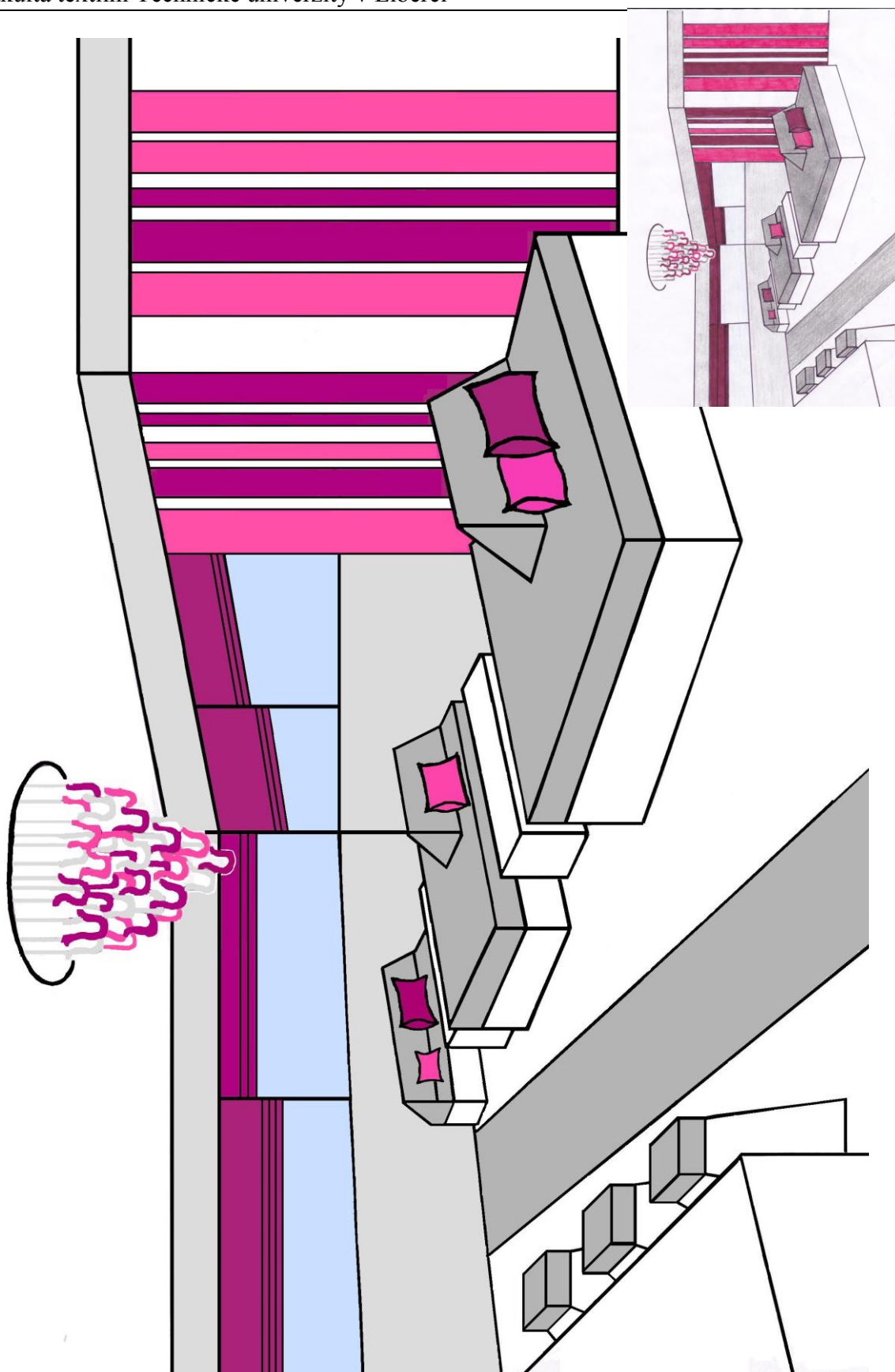
- římské rolety;
- textilní tapety;
- potahy;
- polštáře;
- běhoun.

Vzhledem k tomu, že je svítidlo laděno do barev vínová, růžová, šedivá a bílá, byly pro textilie použity stejné odstíny.



**Obr. 10:** Svítidlo AURORA[24]





*Obr. 11: Návrh bytových textilií se svítidlem AURORA pro moderní kavárnu*

### 7.1.1. Použité textilie

V této části, která popisuje použité textilie, jsou uvedeny textilie z návrhu (viz Obr. 12,14,16,18,20) a textilie tak, jak vypadají reálně (viz Obr. 13,15,17,19,21). Následně je přiřazen popis produktu a firma u které lze toto zboží najít.

#### ŘÍMSKÉ ROLETY



*Obr. 12: Římská roleta z návrhu*



*Obr. 13: Římská roleta  
v reálném provedení[35]*

Rolety se vyrábějí buď originální ruční výrobou, nebo zcela automatizovanou velkovýrobou, která zaručuje vysokou kvalitu. Z tohoto důvodu by se měla upřednostnit velkovýroba. Látka na římské rolety by měla být vyráběna z pratelného nesrážlivého materiálu s přírodním vzhledem, čímž by mohl být 100% polyester. Ovládání rolety by mělo být opatřeno bateriovým motorem s dálkovým nebo vypínačovým ovládáním.

Římské rolety nabízí např. výrobci a prodejci v jednom - **Studio Interier CZ, top styl interiér, TK INTERIER** (uvedení v tabulce č. 1).[35]

#### TEXTILNÍ TAPETA



*Obr. 14: Textilní tapeta z návrhu*

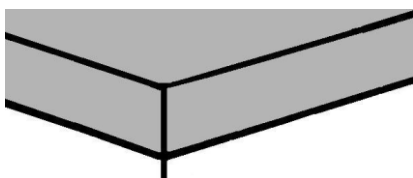


*Obr. 15: Vliesová tapeta v  
reálném provedení[36]*

Nejvíce žádaná je v dnešní době textilní tapeta vliesová. Pro její výrobu se používá jednostranně impregnovaný vlákninový nosný materiál tvořený z buničiny a textilních vláken, která jsou spojena pojivem. Vliesová tapeta byla vybrána, protože se materiál vyznačuje rozměrovou stabilitou a vysokou propustností vzduchu a vodní páry. Tapety nevyžadují čas na provlhčení a jsou použitelné i ve vlhkém prostředí. Překlenují jemné trhliny v podkladu, jsou pevné, stálobarevné, odolné vůči poškození, dají se omývat a snadno sundat, navíc tvoří tepelnou a zvukovou izolaci

Textilní tapety nabízí např. výrobce **Kolovrat, ČM a top styl interiér** (uvedení v tabulce č. 1).[36]

### POTAHY/ČALOUNĚNÍ



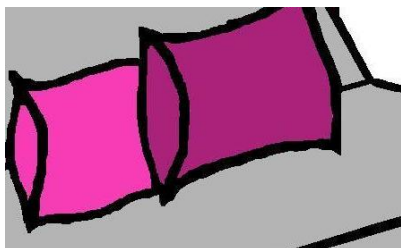
***Obr. 16:** Potah z návrhu*



***Obr. 17:** Potah v reálném provedení[37]*

Potahy se řadí do pětistupňové stupnice „A, B, C, D, E“, kde písmeno A označuje látky nejvyšší kvality. Sedací část vybavení a barové židličky se ve většině případů kupují rovnou s potahy, proto by mělo být dbáno na to, aby se potahový materiál pohyboval na stupnici A-B. Látka by měla být pevná, upravená pro ulpívání skvrn, tvarově stálá, odolná proti vysezení či vytahání.[38]

## POLŠTÁŘE



*Obr. 18: Dekorativní polštáře z návrhu*

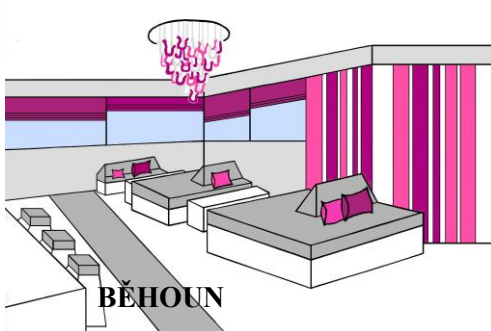


*Obr. 19: Dekorativní polštáře v reálném provedení[39]*

Potah dekorativního polštáře by měl být ze 100% bavlny, výplň polštáře by pak mohl být drcený molitan. Povlak a výplň by měly být pratelné.

Vzhledem k tomu, že dekorativní polštáře se nenechávají vyrábět, tak je jako nabízející těchto produktů uveden prodejce **Pillow Heaven** (uvedený v tabulce č. 1).[39]

## BĚHOUN



*Obr. 20: Běhoun z návrhu*



*Obr. 21: Běhoun v reálném provedení[40]*

Byl vybrán z toho důvodu, že jako kus koberce vytváří teplejší a příjemnější prostředí v kombinaci s podkladem parketů. Měl by být vyrobený ze 100% polypropylenu a povrch by měl být tvořen krátce střiženým smyčkovým vlasem.

Takový běhoun je velmi dobře udržovatelný a dobře se čistí. Ideální by také bylo, kdyby byl protihlukový. Tyto běhouny jsou dobrým řešením v boji s problémy, které se týkají špatných akustických vlastností v místnostech, který obsahuje mnoho tvrdých povrchů, tak jak je tomu u návrhu.

Běhouny nabízí např. výrobce **TK INTERIER** (uvedený v tabulce č. 1).[40]

## 7.2. NÁVRH HOTELOVÉ HALY

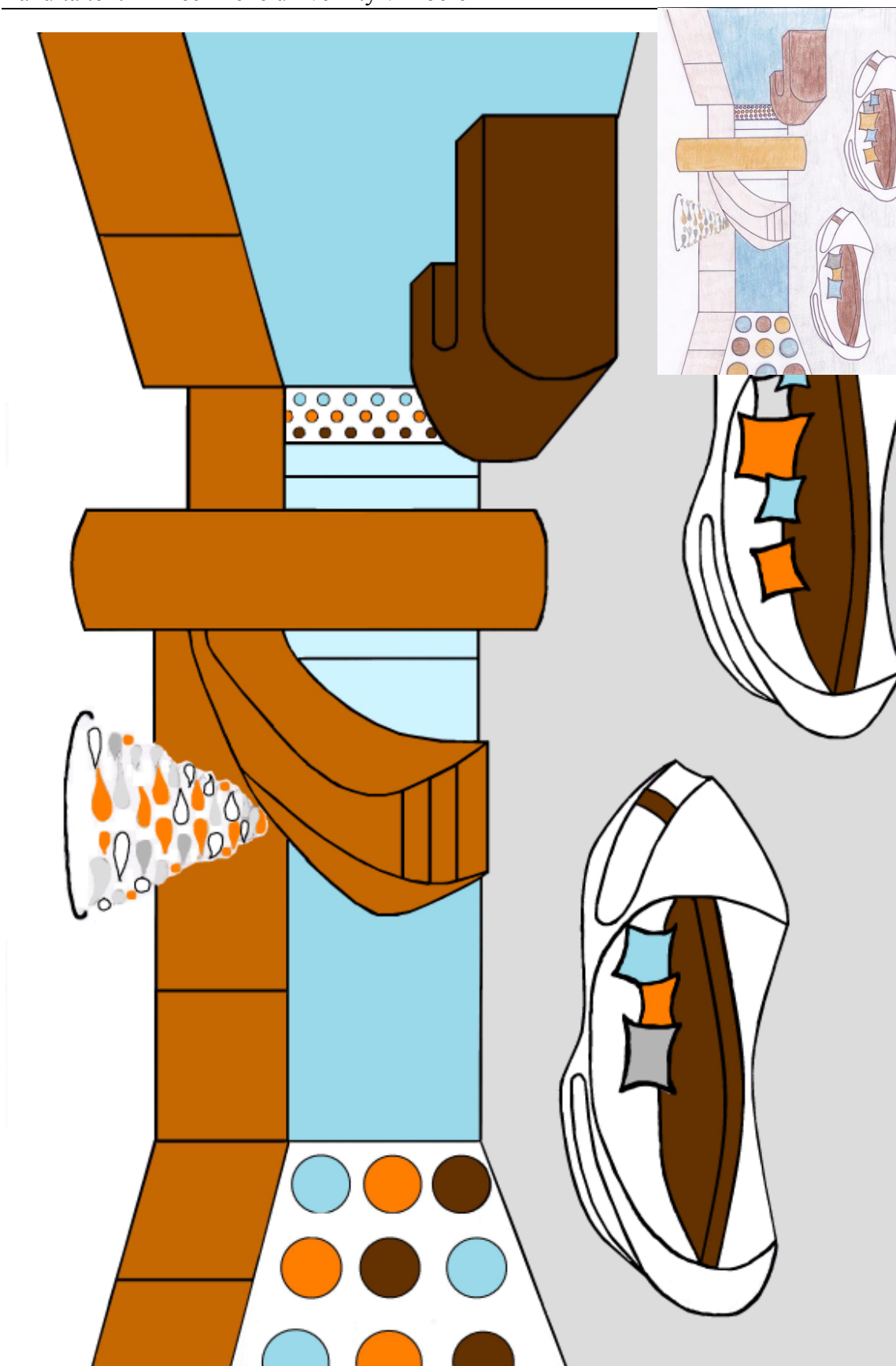
Následující návrh (viz Obr. 23) zobrazuje část hotelové haly se svítidlem TWISTER (viz Obr. 22) a bytovými textiliemi, kterými jsou:

- závěsy;
- zátěžový koberec;
- textilní tapety;
- potahy;
- polštáře.

Vzhledem k tomu, že je svítidlo laděno do barev bílá, hnědá, šedivá byly pro textilie použity hlavně tyto odstíny.



*Obr. 22: Svítidlo TWISTER[24]*



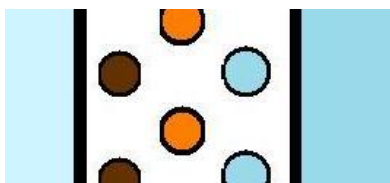
*Obr. 23: Návrh bytových textilií se svítidlem TWISTER pro hotelovou halu*



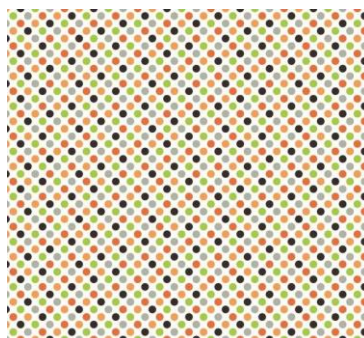
### 7.2.1. Použité textilie

Vzhledem k tomu, že jsou použité textilie z tohoto návrhu kromě závěsů a zátěžového koberce stejné jako z návrhu kavárny a i jejich reálný vzhled a funkčnost je tedy stejná, bude tak jako v podkapitole 7.1.1. uvedena textilie z návrhu (viz Obr. 24, 26) a textilie tak, jak vypadá reálně (viz Obr. 25, 27) pouze u závěsů a koberce. Následně pak budou uvedeny jen textilie z návrhu (viz Obr. 28-30).

#### ZÁVĚS



*Obr. 24: Závěs z návrhu*



*Obr. 25: Metráž na závěsy  
v reálném provedení[41]*

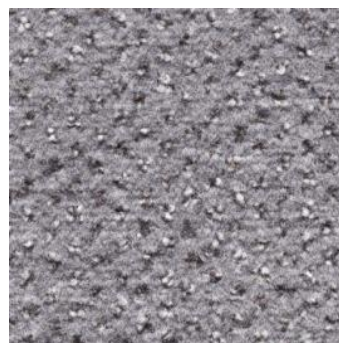
U závěsů je pravděpodobnější, že se vybírá metráž a samotný závěs o své délce i šíři se nechává šít. Zvolená látka by měla být kvalitní, vhodná je 100 % bavlna.

Závěsy nabízí např. výrobci **Studio Interier**, **top styl interiér**, **TK INTERIER** (uvedení v tabulce č. 1).[41]

#### ZÁTĚŽOVÝ KOBEREC



*Obr. 26: Zátěžový koberec z  
návrhu*

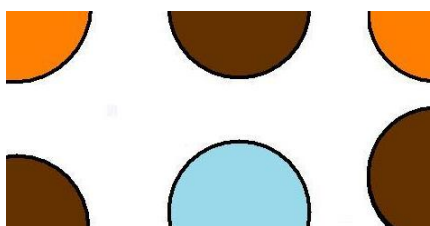


*Obr. 27: Zátěžový koberec  
v reálném provedení[42]*

Koberec by měl splnit několik funkcí - pohlcovat prach a nečistoty v čemž se liší od dlažby či plovoucí podlahy, tlumit hluk a zlepšit akustiku v místnosti a také by měl plnit funkci estetickou. Vybraný koberec by měl být vysokožátěžový s antistatickou úpravou a sníženou hořlavostí, odolný proti skluzu a měl by poskytovat vyšší stupeň komfortu. Jako materiál by mohl být vhodný 100% polyamid.

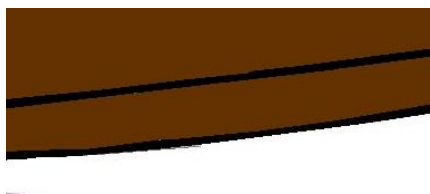
Koberce nabízí např. výrobce **TK INTERIER** (uvedený v tabulce č. 1).[42]

### TEXTILNÍ TAPETA



*Obr. 28: Textilní tapeta z návrhu*

### POTAHY/ČALOUNĚNÍ



*Obr. 29: Potah z návrhu*

### POLŠTÁŘE



*Obr. 30: Dekoratívni polštáře z návrhu*

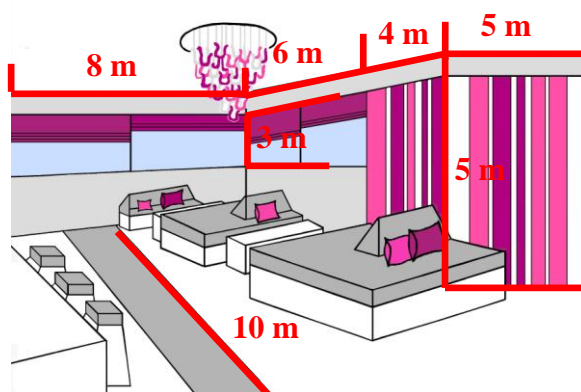


## 8. ORIENTAČNÍ KALKULACE NÁVRHŮ

Kalkulace obou návrhů (viz Tab. 2, 3) dobře poslouží ke zjištění konečné orientační ceny, která zahrnuje svítidlo PRECIOSY a použité bytové textilie. Všechny položky v kalkulacích, kromě svítidla jsou uvedeny ve své průměrné prodejní ceně přizpůsobené odhadu velikosti místnosti interiéru (viz Obr. 31, 32). Součet všech položek pak tedy tvoří konečnou orientační cenu svítidla s bytovými textiliemi.

V obou kalkulacích chybí potahy, protože jak již bylo řečeno, sedací část vybavení se povětšinou kupuje rovnou s nimi a je tak těžké stanovit jejich cenu.

### 8.1. MODERNÍ KAVÁRNA



Obr. 31: Potřebné odhady rozměrů pro výpočet cen

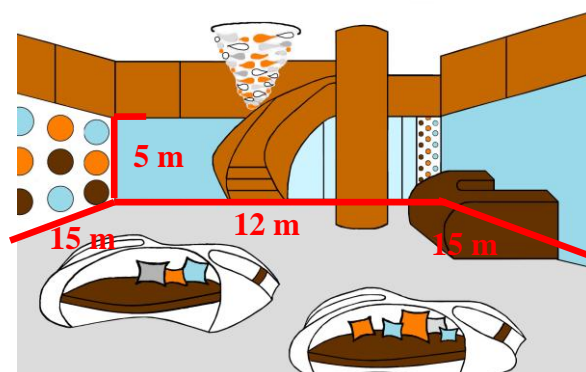
Tab. 2: Orientační kalkulace návrhu moderní kavárny[24,35,36,39]

Produkt	Specifikace	Cena (v Kč)
SVÍTIDLO AURORA	cena za ks = 316 030 Kč	316 030,00
ŘÍMSKÉ ROLETY	cena za 1 m <sup>2</sup> = 1 800 Kč	23 400,00
TEXTILNÍ TAPETA	cena za 10,05 x 0,53 m = 537 Kč	5 066,00
DEKORATIVNÍ POLŠTÁŘE	cena za 1 ks = 540 Kč	2 700,00
BĚHOUN	cena za 1 m šířky 100 cm = 179 Kč	1 790,00
<b>Celková cena</b>		<b>348 986,00</b>

Celková cena svítidla s bytovými textiliemi by tedy byla 348 986 Kč. Bytové textilie navýšili cenu o 32 956 Kč. Největší částkou se na této ceně podílí římské rolety, naopak nejmenší částkou běhoun.

Pokud by zákazníkovi přišla cena vysoká a to díky použití římských rolet, mohl by jí designér snížit použitím levnějšího, ale méně kvalitnějšího typu zastínění.

## 8.2. HOTELOVÁ HALA



*Obr. 32: Potřebné odhady rozměrů pro výpočet cen*

*Tab. 3: Orientační kalkulace návrhu hotelové haly[36,39,41,42]*

Produkt	Specifikace	Cena (v Kč)
SVÍTIDLO TWISTER	cena za ks = 363 416 Kč	363 416,00
ZÁVĚS	cena 1 m šířky 144 cm =149 Kč	745,00
ZÁTĚŽOVÝ KOBEREK	cena za 1 m <sup>2</sup> = 320 Kč	57 600,00
TEXTILNÍ TAPETA	cena za 10,05 x 0,53 m = 537 Kč	7 599,00
DEKORATIVNÍ POLŠTÁŘE	cena za 1 ks = 540 Kč	4 320,00
<b>Celková cena</b>		<b>433 680,00</b>

Celková cena svítidla s bytovými textiliemi by tedy byla 433 680 Kč. Cena se od předchozího návrhu zvedla a to z důvodu dražšího svítidla a také velké částky, za kterou by byly pořízeny bytové textilie, které navýšili cenu o 70 264 Kč. Největší částkou se na této ceně podílí zátěžový koberec, který tvoří 81% z této částky a naopak nejmenší položkou je závěs.

Zátěžový koberec je velkou položkou, která se zákazníkovi může zdát vysoká, nahradit však koberec jinou plošnou textilií nelze, neboť např. cena kobercových čtverců je ještě o několik set větší. Opět by se případně mohla jen snížit kvalita.

## 9. MARKETINGOVÉ ZHODNOCENÍ PRÁCE

Kompletní designový návrh interiéru včetně textilií považuje PRECIOSA za další krok vpřed ve službě zákazníkům, světelnými plastikami a originálními lustry vybavuje podnik luxusní hotely, kasina, divadla a veletržní centra po celém světě a konkurence v této oblasti je opravdu veliká.

Konkurenti PRECIOSY spolupracují se světovými návrháři a náklady za jejich návrhy značně ovlivňují konečné ceny celých projektů. Cílem společnosti je vybudovat vlastní design se zapracováním textilií do projektu, a předložení kompletní nabídky zákazníkům může oslovit další klienty a posílit naši pozici ve světě designu. Využití vlastního designu sníží celkové náklady a to může být značná výhoda ve výběrových řízeních s dalšími potencionálními zákazníky.

Jsou zákazníci, kteří preferují podpis světového designera pod svým projektem, kde je svým způsobem nevýhodou již vyhraněný styl, který si světová esa prosazují, zatímco jsou další zákazníci, kteří ocení tvárnost a schopnost pochopit a vcítit se do přání zákazníka a spolupracovat s ním na jeho vizi a toho se PRECIOSA snaží dosáhnout budováním svého designového týmu.

Tato práce udává jistý směr výše zmíněnému. Ať už tím, že popisuje módní trendy, zabývá se prací designérů, mapuje situaci na českém trhu s bytovými textiliemi nebo právě konkurenci. Důležité však bude tento projekt vypilovat na takovou úroveň, aby se mohl představit potencionálním zákazníkům. Tím je myšleno předběžně najít vhodné interiérové designéry, dekoratéry. Seznámit je s představami, přáními firmy a naopak zjistit jaké nároky, požadavky mají oni sami, jak jsou zvyklí pracovat, jakým způsobem vybírají a nakupují doplňky do interiéru. Zda logistika bude v rukou firmy či samotných designérů, jestli se zboží bude vybírat od jednoho či více prodejců, výrobců v České republice, aby mohlo dojít k případnému propojení spolupráce těchto textilních subjektů.

Musí se nalézt odpovědi na mnoho dalších otázek, aby zákazníkovi v případě předložení nabídky byly podány přesné informace a aby ho firma právě nabídkou přesvědčila o tom, že koupě tohoto produktu je pro něj výhodou.

## ZÁVĚR

Cílem této bakalářské práce bylo navržení směru projektu, který by v budoucnu mohl zvýšit přitažlivost prodeje produktů společnosti PRECIOSA. Jedná se o propojení svítidel s bytovými textiliemi.

V úvodní části práce, která se zabývala bytovými textiliemi, bylo provedeno jejich dělení a vývoj až k moderním prvkům dnešní doby, aby se při návrzích udržovalo tempo s trendy. Pro správné zvolení interiérového pracovníka byly vysvětleny pojmy týkající se osob, které pracují na zkrášlení interiéru. Následně byla rozebrána jejich práce - jakými styly se dnešní designéři řídí či jaké produkty do interiéru nejraději používají. Aby měl podnik nebo samotný designér přehled o tom, jak v současné době vypadá trh s bytovými textiliemi, byli podrobně dohledáni čeští výrobci a prodejci s uvedením výrobků které nabízejí. Současně byly také představeny kraje České republiky, kde je soustředěnost těchto subjektů největší.

Další část práce byla zaměřena na podnik PRECIOSA – LUSTRY, a. s. Pro seznámení s tímto podnikem byl uveden popis firmy, zabývající se historií, výrobou, sortimentem a zeměmi vývozu. Pro zmapování konkurence firmy PRECIOSA, byly provedeny dva výzkumy. První výzkum byl zaměřen na konkurenty v oblasti klasických svítidel a druhý na oblast opačnou - svítidla moderní, kde byl nápomocen veletrh Light+Building 2010. Právě v oblasti moderního osvětlení, byl PRECIOSE nalezen největší konkurent LASVIT, kterému proto byla věnována větší pozornost. Práce se zabývala jeho postavením na trhu, silnými stránkami, konkurenční nabídkou a také byly uvedeny rozdíly mezi tímto konkurentem a společností PRECIOSA.

Poté se v práci přešlo k hlavnímu úkolu. Byl představen produkt – svítidlo s bytovými textiliemi, který by mohl být nově nabízen a také celý proces, který by následoval při jeho koupi. Zde se práce zaměřila na výhody, které tato koupě může zákazníkům přinést. Pro snadnější nalezení zákazníků, byla specifikována místa a způsoby, kde a jak nové zákazníky získat a také to, pro jakou cílovou skupinu je produkt vlastně určen. Zda se těmto novým zákazníkům jeví doplnění světelných objektů textilním programem jako zajímavé, tak jak je uvedeno v zadání této práce, zatím nebylo zjištěno a to z toho důvodu, že projekt není prozatím firmou vypilován na takovou úroveň, aby se potenciálním zákazníkům mohl ihned představit.

Součástí práce jsou hrubé návrhy dvou prostor se svítidlem PRECIOSY, bytovými textiliemi a následné kalkulace těchto návrhů. Prvním byl návrh moderní kavárny se svítidlem AURORA a moderními textiliemi jako jsou římské rolety, textilní tapety apod. Druhým návrhem byla hotelová hala, kde bylo použito svítidlo TWISTER, které taktéž bylo doplněno moderními prvky z bytového textilu. U obou návrhů byly tyto použité textilie vyjmenovány s popisem vlastností, které by pro produkt v rámci určených prostor byly nejideálnější. Kalkulace obou návrhů ukázaly zvýšení ceny použitím bytového textilu zhruba v rozmezí 30 – 70 tis. Kč. Předpokládá se, že při pořizovací ceně svítidla 300 tis. Kč, by byl zákazník ochoten toto navýšení investovat.

Práce je zakončená zhodnocením PRECIOSY, její vizí o projektu propojení svítidel s bytovými textiliemi a také zdůvodněním proč se chce podnik vydávat touto cestou. V případě úspěšné realizace projektu se předpokládá zvýšení přitažlivosti prodeje a získání výhody před konkurencí.

Domnívám se, že práce své stanovené cíle splnila a mohla by být nápomocna k dalším krokům PRECIOSY v rámci tohoto projektu.

## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] *Svět bydlení* [online]. 2006 [cit. 2011-03-14]. Bydlení. Dostupné z WWW: <<http://www.svet-bydleni.cz/bydleni-1/bytove-textilie-jako-dekorater-nasich-domacnosti.aspx>>.
- [2] *Stavocentrum* [online]. 2003 [cit. 2011-03-14]. Bydlení. Dostupné z WWW: <[http://www.stavocentrum.cz/index.php?none=1&action=clanek&c\\_id=533](http://www.stavocentrum.cz/index.php?none=1&action=clanek&c_id=533)>.
- [3] PAŘILOVÁ, Hana; ŠTOČKOVÁ, Hana. *Textilní zbožížnalství - bytové textilie*. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2005. 101 s.
- [4] *Bydlení iDNES* [online]. 2011 [cit. 2011-03-15]. Na návštěvě. Dostupné z WWW: <[http://bydleni.idnes.cz/retro-ma-sve-kouzlo-vyrazne-barvy-zase-silu-vyhnat-krizi-a-depresi-1d9-/dum\\_osobnosti.asp?c=A110228\\_134131\\_dum\\_osobnosti\\_rez](http://bydleni.idnes.cz/retro-ma-sve-kouzlo-vyrazne-barvy-zase-silu-vyhnat-krizi-a-depresi-1d9-/dum_osobnosti.asp?c=A110228_134131_dum_osobnosti_rez)>.
- [5] *Trendy bydlení* [online]. 2011 [cit. 2011-03-15]. Bytový textil 2011. Dostupné z WWW: <<http://www.trendybydleni.cz/interier/bytovy-textil-2011-zapomente-na-minimalismus.html>>.
- [6] *Apparel* [online]. 2011 [cit. 2011-03-15]. Textilní tapety. Dostupné z WWW: <<http://www.apparel.cz/textilni-tapety>>.
- [7] *Rolrols* [online]. 2011 [cit. 2011-03-15]. Japonské posuvné stěny. Dostupné z WWW: <<http://www.rolrols.cz/japonske-posuvne-steny>>.
- [8] *Rolrols* [online]. 2011 [cit. 2011-03-15]. Římské rolety. Dostupné z WWW: <<http://www.rolrols.cz/rimske-rolety>>.
- [9] *Životní styl* [online]. 2010 [cit. 2011-03-15]. Bydlení. Dostupné z WWW: <<http://www.zivotnistyl.cz/clanky/bydleni/1362/bytovy-designer--navrhar--architekt-ci-dekorater-.html>>.
- [10] *DesignSkola* [online]. 2011 [cit. 2011-04-06]. Vize a pojetí. Dostupné z WWW: <[http://designskola.cz/deshome/index.php?option=com\\_content&task=view&id=217&Itemid=>](http://designskola.cz/deshome/index.php?option=com_content&task=view&id=217&Itemid=>)>.

- [11] *Bydlení Tiscali* [online]. 2009 [cit. 2011-04-07]. Styl. Dostupné z WWW: <<http://bydleni.tiscali.cz/styl/barvy-a-materialy/barvy-vzory-struktury-44.html>>.
- [12] *České stavby* [online]. 2008 [cit. 2011-04-07]. Koberce. Dostupné z WWW: <<http://www.ceskestavby.cz/clanky/jak-vybrat-ten-spravny-kusovy-koberec-4598.html>>.
- [13] *Svět bydlení* [online]. 2010 [cit. 2011-04-07]. Bydlení. Dostupné z WWW: <<http://www.svet-bydleni.cz/japonske-steny-misto-zaclon-a-zavesu.aspx>>.
- [14] *Reality magazín* [online]. 2010 [cit. 2011-04-07]. Římské rolety. Dostupné z WWW: <<http://www.realitymag.cz/73/rimske-rolety-aneb-jak-propojit-design-s-practicnosti/>>.
- [15] *Svět bydlení* [online]. 2009 [cit. 2011-04-07]. Bydlení. Dostupné z WWW: <<http://www.svet-bydleni.cz/bydleni-1/tapety-pro-stylovy-interier-tapety-vliesove-tapety-vinylove-tapety-akrylove-ci-snad-papirove.aspx>>.
- [16] *Hyper bydlení* [online]. 2010 [cit. 2011-04-07]. Bytový textil. Dostupné z WWW: <<http://interier.hyperbydleni.cz/bytovy-textil/1381-polstaru-neni-nikdy-dost/>>.
- [17] *XXXLutz* [online]. 2011 [cit. 2011-04-04]. Odborný sortiment. Dostupné z WWW: <<http://www.xxxlutz.cz/vsechny-znacky/odborny-sortiment/bytovy-textil/>>.
- [18] *Firmy.cz* [online]. 2011 [cit. 2011-04-05]. Bytové textilie. Dostupné z WWW: <<http://www.firmy.cz/phr/bytov%C3%A9%20textilie>>.
- [19] *Veba* [online]. 2011 [cit. 2011-04-05]. Úvod. Dostupné z WWW: <[http://www.veba.cz/?menu=m\\_veba&submenu=cz/prof\\_predstav.html&menuid=100&downloadfile=VEBA\\_profil.pdf](http://www.veba.cz/?menu=m_veba&submenu=cz/prof_predstav.html&menuid=100&downloadfile=VEBA_profil.pdf)>.
- [20] *QUORT SYSTEM* [online]. 2010 [cit. 2011-04-05]. Seba T, a. s. Dostupné z WWW: <<http://www.quort.cz/reference/seba-t-a-s>>.
- [21] *Trast* [online]. 2011 [cit. 2011-04-05]. O společnosti. Dostupné z WWW: <<http://www.povleceustrast.cz/o-spolecnosti/>>.

- [22] *Povlečení Matějovský* [online]. 2010 [cit. 2011-04-06]. Úvod. Dostupné z WWW: <<http://www.matejovsky-povlezeni.cz/>>.
- [23] *B.E.S. - Petrovice* [online]. 2011 [cit. 2011-04-06]. B.E.S. - Petrovice, s.r.o. Dostupné z WWW: <<http://www.bes-petrovice.cz/4720/b-e-s-petrovice-s-r-o-/>>.
- [24] *Preciosa* [online]. 2008 [cit. 2011-04-13]. Svítidla. Dostupné z WWW: <<http://www.preciosa.com/cs/svitidla/>>.
- [25] SIMOVÁ, Jozefína. *Marketingový výzkum*. Liberec : Technická univerzita v Liberci, 2010. 138 s.
- [26] *Firmy.cz* [online]. 2011 [cit. 2011-04-26]. Výroba lustrů. Dostupné z WWW: <<http://www.firmy.cz/phr/v%C3%BDroba%20lustr%C5%AF>>.
- [27] *Artglass* [online]. 2011 [cit. 2011-04-26]. Artglass. Dostupné z WWW: <<http://www.artglassweb.cz/index.php?stranka=292&lng=CZ&zobraz=0>>.
- [28] *TITANIA LUX* [online]. 2008 [cit. 2011-04-26]. TITANIA LUX. Dostupné z WWW: <<http://www.titanialux.cz/>>.
- [29] *Elite Bohemia* [online]. 2007 [cit. 2011-04-26]. Elite Bohemia. Dostupné z WWW: <<http://www.elitebohemia.cz/>>.
- [30] *CzechTrade* [online]. 2010 [cit. 2011-04-26]. Adresář exportérů. Dostupné z WWW: <<http://exporters.czechtrade.cz/cs/firma/sans-souci/>>.
- [31] *Světlo* [online]. 2010 [cit. 2011-04-26]. Light+Building 2010. Dostupné z WWW: <[http://www.odbornecasopisy.cz/index.php?id\\_document=41404](http://www.odbornecasopisy.cz/index.php?id_document=41404)>.
- [32] *Lasvit* [online]. 2011 [cit. 2011-04-26]. Profil společnosti. Dostupné z WWW: <<http://www.lasvit.com/#/cz/spolecnost/profil-spolecnosti>>.
- [33] *IHNed.cz* [online]. 2011 [cit. 2011-04-26]. Kultura. Dostupné z WWW: <<http://kultura.ihned.cz/architektura/c1-51563130-leon-jakimic>>.



- [34] ŘEHULKA, Pavel. *Jak do vaší firmy přivést nové zákazníky, kteří chtějí nakupovat... a mají peníze* [online]. [s.l.] : [s.n.], 2011 [cit. 2011-04-27]. Dostupné z WWW: <<http://www.pavelrehulka.cz/>>.
- [35] *Petroš interiér* [online]. 2011 [cit. 2011-05-09]. Římské rolety. Dostupné z WWW: <<http://www.petros-interier.cz/texty/rimske-rolety/je-libo-rimske-rolety-od-robotu.html>>.
- [36] *Ráj tapet* [online]. 2011 [cit. 2011-05-09]. Vliesové tapety. Dostupné z WWW: <<http://www.raj-tapet.cz/vliesove-tapety/66-6243-14-contzen-1.html>>.
- [37] *ID Interie Design* [online]. 2008 [cit. 2011-05-09]. Potahové materiály. Dostupné z WWW: <<http://www.id-interierdesign.com/materialy-sedacich-souprav/>>.
- [38] *Polstrin* [online]. 2010 [cit. 2011-05-09]. Potahové materiály. Dostupné z WWW: <<http://www.polstrin.cz/latky-cenove-skupiny-x.html>>.
- [39] *Pillow Heaven* [online]. 2011 [cit. 2011-05-09]. Dekorativní polštáře. Dostupné z WWW: <<http://www.pillowheaven.cz/products/483-polstar-java-bordo.aspx>>.
- [40] *Stavíme sen* [online]. 2011 [cit. 2011-05-09]. Koberce v komerčním prostoru. Dostupné z WWW: <<http://www.stavimesen.cz/clanek/Design-je-treba-vzit-od-podlahy-koberce-v-komercnim-sektoru>>.
- [41] *Mimibazar* [online]. 2011 [cit. 2011-05-09]. Metráž. Dostupné z WWW: <<http://www.mimibazar.cz/foto.php?id=41525584&tab=3>>.
- [42] *EURO KOBERCE* [online]. 2011 [cit. 2011-05-09]. Koberce zátěžové. Dostupné z WWW: <<http://www.eurokoberce.cz/koberce-zatezove/vysokozatezove/>>.

## SEZNAM OBRÁZKŮ A TABULEK

<i>Obr. 1: Ukázky současných stylů interiéru .....</i>	15
<i>Obr. 2: Nabídka bytových textilií v České republice .....</i>	23
<i>Obr. 3: Podíl firem s bytovými textiliemi v krajích České republiky .....</i>	24
<i>Obr. 4: Logo firmy PRECIOSA – LUSTRY, a. s.[24] .....</i>	25
<i>Obr. 5: Ukázka klasického svítidla[24] .....</i>	29
<i>Obr. 6: Body, na základě kterých byly hodnoceny konkurující firmy .....</i>	30
<i>Obr. 7: Ukázka moderního svítidla[24] .....</i>	32
<i>Obr. 8: Dubajské metro - projekt LASVITU[32] .....</i>	33
<i>Obr. 9: Proces při koupi svítidla doplněného bytovými textiliemi .....</i>	37
<i>Obr. 10: Svítidlo AURORA[24] .....</i>	40
<i>Obr. 11: Návrh bytových textilií se svítidlem AURORA pro moderní kavárnu .....</i>	41
<i>Obr. 12: Římská roleta z návrhu .....</i>	42
<i>Obr. 13: Římská roleta v reálném provedení[35] .....</i>	42
<i>Obr. 14: Textilní tapeta z návrhu.....</i>	42
<i>Obr. 15: Vliesová tapeta v reálném provedení[36] .....</i>	42
<i>Obr. 16: Potah z návrhu .....</i>	43
<i>Obr. 17: Potah v reálném provedení[37] .....</i>	43
<i>Obr. 18: Dekorativní polštáře z návrhu.....</i>	44
<i>Obr. 19: Dekorativní polštáře v reálném provedení[39] .....</i>	44
<i>Obr. 20: Běhoun z návrhu.....</i>	44
<i>Obr. 21: Běhoun v reálném provedení[40] .....</i>	44
<i>Obr. 22: Svítidlo TWISTER[24] .....</i>	45
<i>Obr. 23: Návrh bytových textilií se svítidlem TWISTER pro hotelovou halu .....</i>	46
<i>Obr. 24: Závěs z návrhu .....</i>	47
<i>Obr. 25: Metráž na závěsy v reálném provedení[41] .....</i>	47
<i>Obr. 26: Zátěžový koberec z návrhu .....</i>	47
<i>Obr. 27: Zátěžový koberec v reálném provedení[42] .....</i>	47
<i>Obr. 28: Textilní tapeta z návrhu.....</i>	48
<i>Obr. 29: Potah z návrhu .....</i>	48
<i>Obr. 30: Dekorativní polštáře z návrhu.....</i>	48
<i>Obr. 31: Potřebné odhady rozměrů pro výpočet cen .....</i>	49
<i>Obr. 32: Potřebné odhady rozměrů pro výpočet cen.....</i>	50
<i>Obr. 33: Svítidla PRECIOSY v Abu Dhabi[24] .....</i>	53

<b>Tab. 1:</b> <i>Čeští výrobci a prodejci bytových textilií[18]</i> .....	20
<b>Tab. 2:</b> <i>Orientační kalkulace návrhu moderní kavárny[24,35,36,39]</i> .....	49
<b>Tab. 3:</b> <i>Orientační kalkulace návrhu hotelové haly[36,39,41,42]</i> .....	50
<b>Tab. 4:</b> <i>Čeští výrobci a prodejci bytových textilií - doplnění[18]</i> .....	53

## **SEZNAM PŘÍLOH**

### **PŘÍLOHA č. 1**

- Doplnění tabulky z podkapitoly 3.2 ČEŠTÍ VÝROBCI A PRODEJCI

### **PŘÍLOHA č. 2**

- Yas Hotel nad závodním okruhem F1 v Abu Dhabi, SAE, 2009

## **PŘÍLOHY**

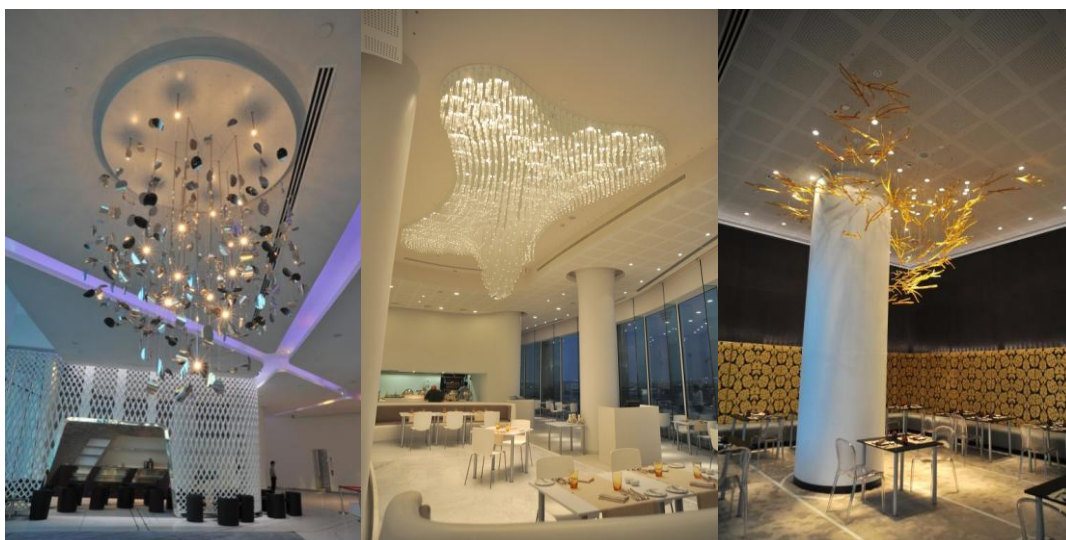
**PŘÍLOHA č. 1****Doplnění tabulky z podkapitoly 3.2 ČEŠTÍ VÝROBCI A PRODEJCI****Tab. 4:** Čeští výrobci a prodejci bytových textilií - doplnění[18]

Kraj	Výrobce	Ložní prádlo	Stolní prádlo	Záclonv.	Dek. a pot.	Římské rolety	Janonské	Textilní tapety	Podlahoviny	Činnost výrobci (V) prodejci (P)
<b>Jihočeský</b>	Stínící technika – Pavel Vokurka			•		•	•			P
	Marie Bártová – bytový textil	•		•		•	•			P
	TEXSR s. r. o.	•	•							V, P
<b>Jihomoravský</b>	Zips Brno	•	•	•	•	•	•			P
	Tylex		•	•						V, P
<b>Královehradecký</b>	Papillons a. s.	•	•							V, P
	TEXTIL ZÍTKA	•	•		•				•	V, P
	FROLEN, LINEX-EXPORT, s. r. o.	•	•							V, P
<b>Moravskoslezský</b>	Petr Smolka	•								V, P
<b>Pardubický</b>	PRAKTIK TEXTIL, s. r. o.	•	•							V, P
	Saxum CZ, s. r. o.	•								V, P
<b>Plzeňský</b>	Jiří Charuza – bytový textil	•								V, P
<b>Praha</b>	MIROS, spol. s r.o.	•	•	•	•				•	P
	Studio AVOS			•	•	•				P
	TEXTIL LUDMILA s. r. o.	•	•	•	•					P
	Bytový textil - TRNKOVÁ	•	•	•						V, P
	LAUBE Praha s. r. o.		•						•	P
	Dekoratérské studio - Mihulová			•	•	•	•			P
	Heimtex s. r. o.			•		•	•			P
	KANAFAS CZ, s. r. o.	•	•	•						V
	Inbytex		•	•	•		•	•		V, P
<b>Zlínský</b>	Polášek – bytový textil	•	•							V, P

## PŘÍLOHA č. 2

### Yas Hotel nad závodním okruhem F1 v Abu Dhabi, SAE, 2009

Svítidla PRECIOSA (viz Obr. 10) rozsvěcují interiéry takřka celého hotelu, ať již se jedná o lobby, několik restaurací různých světových stylů či prezidentské apartmá. Designová řešení se odehrávají ve třech základních rovinách. První jsou světelné plastiky z ověsů a skleněných tyčí s moderními zdroji světla v podobě optických vláken. Druhá skupina se nese v duchu volného zavěšování skleněných a kovových komponent jednoduchých tvarů vytvářejících celky fantazijních tvarů. Třetí skupina pak ctí trend geometrických tvarů, které se prolínají liniemi křišťálových kvádrů či kulatých závěsných luceren.[24]



*Obr. 33: Svítidla PRECIOSY v Abu Dhabi[24]*